

WHITEPAPER

Barrierefreiheit im Web



Der LÖWENSTARK-Leitfaden für Ihre Webseite

Praxisnahes Wissen und bewährte Methoden zur Umsetzung
der WCAG 2.2-Richtlinien

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG

Was bedeutet das neue Barrierefreiheitsstärkungsgesetz?	6
Warum ist Barrierefreiheit generell wichtig?	6
Wann ist eine Website barrierefrei?	7
Best Practices zur Einhaltung der Richtlinien	8

ZIELGRUPPEN VERSTEHEN: MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN UND IHRE BEDÜRFNISSE

Arten von Behinderungen	9
--	----------

GRUNDPRINZIPIEN DER BARRIEREFREIHEIT (WCAG 2.2)

Wahrnehmbarkeit	10
Bedienbarkeit	10
Verständlichkeit	10
Robustheit	10

Wahrnehmbarkeit. 11

1.1 Textalternativen.	11
1.1.1 Verwendung von Alt-Texten für Bilder	11
1.1.2 Beschreibung von Grafiken und Diagrammen.	12
1.1.3 Icons und Symbole	13
1.2 Audio & Video (Zeitbasierte Medien).	13
1.2.1 Wie werden Audioinhalte barrierefrei?	13
1.2.2 Wie werden Videos barrierefrei?	13
1.3 Anpassbar	14
1.3.1 Informationen und Beziehungen	15
1.3.2 Sinnvolle Reihenfolge.	16
1.3.3 Sensorische Eigenschaften	17
1.3.4 Orientierung.	17
1.3.5 Zweck der Eingabe	18
1.4 Unterscheidbar	19

INHALTSVERZEICHNIS

1.4.1 Verwendung von Farben	19
1.4.2 Audiosteuerung	19
1.4.3 Kontrastverhältnis	19
1.4.4 Textgröße änderbar	20
1.4.5 Bilder mit Text	20
1.4.6 Visuelle Präsentation	20
1.4.7 Reflow	20
1.4.8 Nicht-Text-Kontrast	20
1.4.9 Textabstand	21
1.4.10 Inhalte auf Hover und Fokus	21
Bedienbarkeit	22
2.1 Per Tastatur zugänglich	22
2.2 Keine Tastaturfalle	22
2.3 Tastenkombinationen für Zeichen	22
2.4 Ausreichend Zeit	23
2.4.1 Timing einstellbar	23
2.4.2 Pause, Stopp, Verstecken	24
2.5 Anfälle und körperliche Reaktionen	24
2.5.1 Dreimal blinken oder unter dem Schwellenwert	24
2.6 Navigierbar	25
2.6.1 Blöcke umgehen	25
2.6.2 Seite mit Titel versehen	25
2.6.3 Fokus-Reihenfolge	25
2.6.4 Linkzweck (im Kontext)	25
2.6.5 Mehrere Möglichkeiten	25
2.6.6 Überschriften und Beschriftungen	26
2.6.7 Fokus sichtbar	26
2.7 Eingabemodalitäten	26
Verständlichkeit	27
3.1 Lesbarkeit	27
3.1.1 Sprache der Seite	27
3.1.2 Sprache von Teilen	27
3.2 Vorhersehbar	28
Änderungen eines Elements im Fokus	28
Änderungen nur bei Eingabe	28
Konsistente Navigation	28
Konsistente Identifikation	28
3.3 Hilfestellung bei der Eingabe	29
Fehlererkennung	29

INHALTSVERZEICHNIS

Beschriftungen oder Anweisungen	29
Fehlervermeidung	29
3.4 Grundsätze	30
Sprache	30
Struktur	30
Leichte Sprache	30
Semantik – HTML-Elemente richtig nutzen	30
Robustheit	31
4.1 Kompatibel	31
4.2 Name, Rolle, Wert bei Formularen	31
4.3 Statusmeldungen	32

BARRIEREFREIHEIT UND SEO

Wie Barrierefreiheit SEO verbessert	33
Strukturierte Inhalte und klare Navigation	33
Alt-Texte für Bilder	34
Schnelle Ladezeiten	34
Mobile Optimierung	34
Hochwertige Meta-Informationen	34
Barrierefreie URL-Struktur	34

CHECKLISTE ZUR BARRIEREFREIHEIT

Wahrnehmbarkeit	35
Bedienbarkeit	35
Verständlichkeit	36
Robustheit	36
Zusätzliche Aspekte	36
Was mache ich, bis meine Website barrierefrei ist?	37
Entschlossen handeln	37
Alternativen bereitstellen	37
Pläne kommunizieren	37

EINLEITUNG

Etwa 15 % der Menschen werden aufgrund von körperlichen und geistigen Einschränkungen online ausgeschlossen, da die meisten Webseiten nicht barrierefrei sind. Wenn man ältere Menschen und Personen mit Sehschwäche hinzuzählt, sind es sogar 30 %. Dies sind **potenzielle Kunden**, die mit einer besseren Internetpräsenz erreicht werden könnten. Dieses wichtige Thema erhält verstärkt die gesellschaftliche Aufmerksamkeit, die es verdient. Zudem tritt das **Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)** in Kraft und wird die digitale Landschaft in Deutschland und Europa spätestens ab Juli 2025 nachhaltig verändern.

Was bedeutet das neue Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)?



Das BFSG zielt darauf ab, digitale Barrierefreiheit für alle Menschen sicherzustellen. Das bedeutet, dass **mittelfristig alle Websites, mobilen Anwendungen und digitalen Dienstleistungen barrierefrei gestaltet sein** müssen. Egal, ob öffentliche Einrichtungen oder private Unternehmen – alle müssen mitziehen. Das Gesetz gilt für alle Firmen, die online Produkte oder Dienstleistungen anbieten, mehr als 10 Mitarbeitende haben und einen Umsatz von mehr als 2 Millionen Euro erzielen. Selbst wenn Sie heute nicht dazu zählen, kann sich das schnell ändern.

Warum ist Barrierefreiheit generell wichtig?

Barrierefreiheit betrifft nicht nur Menschen mit Behinderungen, sondern uns alle. Hier sind einige Gründe, warum Barrierefreiheit für Sie und Ihre Marke wichtig ist:



rechtliche Sicherheit

Ab 2025 drohen empfindliche Strafen für nicht barrierefreie Websites. Wer vorbereitet ist, vermeidet teure Abmahnungen und Strafen.



SEO-Vorteile

Suchmaschinen bevorzugen barrierefreie Websites. Eine bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen steigert Ihre Sichtbarkeit und somit Ihren Traffic.



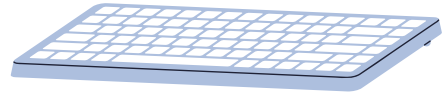
Reichweite und Nutzerzufriedenheit

Barrierefreie Websites sind für alle nutzbar. Das erhöht die Reichweite und verbessert die Nutzererfahrung, was zu höherer Kundenzufriedenheit führt.



Markenimage

Eine barrierefreie Website stärkt das positive Markenimage und zeigt gesellschaftliche Verantwortung.



Wann ist eine Website barrierefrei?

Eine Website gilt als barrierefrei, wenn persönliche Einschränkungen in Bezug auf Sehen, Hören, Bewegen oder Informationsverarbeitung die Nutzung des Webs nicht negativ beeinflussen.

Einige konkrete Beispiele für Barrieren:



Menschen mit Sehbehinderungen können Texte oder Formularfelder, die sich nur wenig vom Hintergrund abheben, schlecht erkennen.



Blinde Menschen können Websites nicht richtig nutzen, wenn Bilder, Formulare und Schaltflächen nicht textlich beschrieben sind.



Gehörlose und schwerhörige Menschen können Videos ohne Untertitel nicht verwenden.

Ein barrierefreies Webdesign stellt sicher, dass alle Nutzer, unabhängig von ihren Fähigkeiten, auf die Inhalte zugreifen können. Hier sind einige wichtige Aspekte:

Textalternativen:

Alternativtexte für Bilder und Grafiken, damit Screenreader die Inhalte beschreiben können.

Kontraste und Farben:

Texte müssen immer gut lesbar sein, auch für Menschen mit Sehschwächen. Hohe Kontraste zwischen Text und Hintergrund sind entscheidend.

Skalierbarkeit:

Inhalte müssen vergrößerbar sein, ohne dass wesentliche andere Inhalte verdeckt werden.

Untertitel und Transkriptionen:

Für alle audiovisuellen Inhalte sollten Untertitel und Transkriptionen bereitgestellt werden.

Navigation:

Eine intuitive Navigation, die auch ohne Maus bedienbar ist, z.B. durch Tastatursteuerung oder Screenreader.

Kompatibilität:

Websites sollten in verschiedenen Browsern und mit Assistenz-Technologien wie Screenreadern funktionieren.

Diese Maßnahmen tragen dazu bei, dass das Web für alle zugänglich und nutzbar ist.



WCAG 2.2

Die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 sind ein **internationaler Standard**, der Empfehlungen zur Verbesserung der Zugänglichkeit von Webinhalten für Menschen mit Behinderungen bietet. Diese Richtlinien wurden von der Web Accessibility Initiative (WAI) des World Wide Web Consortiums (W3C) entwickelt und im Oktober 2023 veröffentlicht. WCAG 2.2 baut auf den vorherigen Versionen (WCAG 2.0 und 2.1) auf und erweitert diese um zusätzliche **Erfolgskriterien**, die insbesondere Menschen mit kognitiven und visuellen Einschränkungen sowie Nutzer mobiler Geräte unterstützen sollen.

Best Practices zur Einhaltung der Richtlinien

Um den Anforderungen der WCAG 2.2 und anderer nationaler Standards gerecht zu werden, sollten Unternehmen und Organisationen Best Practices für die Barrierefreiheit umsetzen. Dazu gehören:

- ✓ **frühe Integration:**
Barrierefreiheit sollte bereits in der Planungs- und Designphase eines Projekts berücksichtigt werden.
- ✓ **Schulung und Sensibilisierung:**
Entwickler, Designer und Content-Ersteller sollten in Bezug auf Barrierefreiheit geschult und für die Bedürfnisse verschiedener Nutzergruppen sensibilisiert werden.
- ✓ **regelmäßige Überprüfung:**
Durch regelmäßige Tests und Audits lässt sich die Konformität mit den Richtlinien sicherstellen und verbessern
- ✓ **Nutzerfeedback einholen:**
Menschen mit Behinderungen in den Testprozess einzubeziehen, kann wertvolle Einblicke in mögliche Barrieren und für deren Beseitigung liefern.



Durch die Beachtung rechtlicher Grundlagen und die konsequente Umsetzung der Richtlinien können Webseitenbetreiber nicht nur rechtliche Risiken minimieren, sondern auch einen wichtigen Beitrag zu einem inklusiven und zugänglichen Internet leisten.

ZIELGRUPPEN VERSTEHEN: MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN UND IHRE BEDÜRFNISSE

Um Barrierefreiheit im Web erfolgreich umzusetzen, ist es entscheidend, die unterschiedlichen Bedürfnisse der Nutzer zu verstehen. **Menschen mit Behinderungen stoßen im digitalen Raum oft auf Hindernisse**, die ihre Nutzungserfahrung erheblich beeinträchtigen. Ein tieferes Verständnis der verschiedenen Arten von Behinderungen und ihrer jeweiligen Anforderungen hilft dabei, digitale Inhalte und Funktionen so zu gestalten, dass sie für alle zugänglich sind.

Arten von Behinderungen

Die Bandbreite der Behinderungen, die die Nutzung des Internets beeinflussen können, ist groß. Sie lässt sich in mehrere Kategorien unterteilen:



Sehbehinderungen

Dazu gehören sowohl vollständige Blindheit als auch Sehschwächen wie Farbenblindheit, eingeschränktes Sehfeld oder Lichtempfindlichkeit. Menschen mit Sehbehinderungen sind auf alternative Darstellungsformen und Technologien angewiesen, wie beispielsweise Screenreader, Braille-Ausgaben oder Kontrastanpassungen. Für sie ist es wichtig, dass Webseiten klar strukturiert sind und Bilder, Grafiken oder Schaltflächen mit aussagekräftigen Alternativtexten versehen werden.



Hörbehinderungen

Menschen mit Hörbehinderungen oder Taubheit können Audioinhalte nicht oder nur eingeschränkt wahrnehmen. Sie benötigen Untertitel, Transkripte oder visuelle Darstellungen von Audioinhalten, wie Videos oder Podcasts, um die bereitgestellten Informationen vollständig zu erfassen.



motorische Beeinträchtigungen

Motorische Einschränkungen können das Steuern von Maus oder Tastatur erschweren. Menschen mit eingeschränkter Feinmotorik, Zittern oder Lähmungen nutzen oft alternative Eingabegeräte in Form von Spracherkennung, Augensteuerung oder spezielle Tastaturen. Websites müssen daher vollständig per Tastatur und anderen Hilfsmitteln navigierbar sein, ohne dass eine präzise Maussteuerung erforderlich ist.



kognitive Beeinträchtigungen

Zu dieser Kategorie gehören Lernschwierigkeiten, Gedächtnisprobleme, Aufmerksamkeitsstörungen und andere geistige Einschränkungen. Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen können Schwierigkeiten haben, komplexe Informationen zu verarbeiten, sich auf einer Website zu orientieren oder zeitkritische Aufgaben auszuführen. Klare Sprache, gut strukturierte Inhalte und intuitive Navigation sind hier entscheidend.

GRUNDPRINZIPIEN DER BARRIEREFREIHEIT (WCAG 2.2)

Die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 basieren auf vier zentralen Prinzipien, die den Rahmen für barrierefreie Webinhalte bilden:

1 Wahrnehmbarkeit

- Textalternativen
- zeitbasierte Medien
- anpassbar
- unterscheidbar

2 Bedienbarkeit

- per Tastatur zugänglich
- ausreichend Zeit
- Anfälle und körperl. Reaktionen
- navigierbar

3 Verständlichkeit

- lesbar
- vorhersehbar
- Hilfestellung bei der Eingabe

4 Robustheit

- kompatibel



Diese Prinzipien stellen sicher, dass digitale Inhalte für alle Menschen zugänglich und nutzbar sind, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen. Sie sind der Leitfaden für die Gestaltung und Entwicklung von sowohl inklusiven als auch funktionalen Webseiten. Durch die konsequente Anwendung dieser Grundprinzipien können Barrieren abgebaut werden, sodass alle Nutzer – ob mit oder ohne Behinderung – eine gleichberechtigte Erfahrung im Internet erleben.



Richtlinien

Den vier Prinzipien sind 13 Richtlinien zugeordnet, welche die Grundziele für die Erstellung barrierefreier Webinhalte bilden. Diese Richtlinien sind unabhängig von konkreten Techniken (wie zum Beispiel HTML, CSS oder PDF) formuliert. Damit sollen sowohl aktuelle als auch zukünftige Techniken im Web barrierefrei umgesetzt werden können. Folgende Richtlinien sind den vier Prinzipien zugeordnet.



Erfolgskriterien

Die 13 Richtlinien der WCAG 2.2 werden weiter unterteilt in 86 Erfolgskriterien, die **konkrete Handlungsanweisungen für eine barrierefreie Umsetzung** bieten.

Sie sind vielseitig einsetzbar, zum Beispiel für Webinhalte oder beliebige Dokumente. Darüber hinaus eignen sie sich aber auch dafür, in einem Pflichtenheft oder einem Testverfahren verwendet zu werden.

Im Folgenden haben wir diese Erfolgskriterien beschrieben.

1 Wahrnehmbarkeit

1.1 Textalternativen

Bilder sind ein wesentlicher Bestandteil vieler Webseiten und bieten oft wichtige visuelle Informationen. Doch nicht alle Nutzer können Bilder auf dieselbe Weise wahrnehmen. Menschen mit Sehbehinderungen oder Blinde sind auf unterstützende Technologien wie Screenreader angewiesen, um die Inhalte von Bildern zu erfassen. Daher ist es wichtig, Bilder so zu gestalten, dass sie für alle zugänglich sind. Die folgenden Leitlinien helfen dabei, Bilder barrierefrei zu einzubinden:

1.1.1 Verwendung von Alt-Texten für Bilder

Alt-Text (alternativer Text) ist eine kurze Beschreibung, die den Inhalt und die Funktion eines Bildes erklärt. Screenreader nutzen Alt-Texte, um blinden oder sehbehinderten Nutzern den Bildinhalt zu vermitteln. Ein guter Alt-Text beschreibt das Bild so präzise wie möglich, ohne überflüssige Details.

Beispiele:



Ein Bild zeigt ein rotes Auto auf einer Landstraße:

Alt-Text: „Rotes Auto auf einer Landstraße mit Bäumen.“



Ein Bild enthält ein dekoratives Element, das keine wichtigen Informationen vermittelt:

Alt-Text: Sollte weggelassen und als leerer Alt-Text alt="" festgelegt werden, um Screenreadern zu signalisieren, dass das Bild ignoriert werden kann.



Ein Bild dient als Schaltfläche, z. B. ein Lupensymbol für die Suchfunktion:

Alt-Text: „Suche“ oder „Suchfunktion“

1.1.2 Beschreibung von Grafiken und Diagrammen

Grafiken und Diagramme enthalten oft komplexe Informationen, die durch einfache Alt-Texte nicht vollständig erfasst werden können. In solchen Fällen ist es wichtig, ausführlichere Beschreibungen bereitzustellen. Dies kann in Form eines längeren Textes auf der Webseite oder einer separaten Beschreibung in der Nähe des Diagramms erfolgen.

Beispiele:



Ein Balkendiagramm zeigt die jährlichen Verkaufszahlen verschiedener Produkte:

Alt-Text: „Balkendiagramm der jährlichen Verkaufszahlen.“

Ausführliche Beschreibung: „Das Diagramm zeigt die jährlichen Verkaufszahlen von Produkt A, B und C über einen Zeitraum von fünf Jahren. Produkt A zeigt einen konstanten Anstieg, während Produkt B im dritten Jahr einen Rückgang verzeichnet.“



Eine komplexe Infografik mit mehreren Datenpunkten:

Alt-Text: „Infografik zur globalen Klimaveränderung.“

Ausführliche Beschreibung: „Die Infografik zeigt den Temperaturanstieg in den letzten 50 Jahren, die CO₂-Konzentration in der Atmosphäre und die Auswirkungen auf die Gletscher in verschiedenen Regionen der Welt.“



Durch die sorgfältige Verwendung von Alt-Texten und ausführlichen Beschreibungen wird sichergestellt, dass die visuellen Informationen auf der Webseite für alle Nutzer gleichermaßen zugänglich sind, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten.

Es ist auch eine gute Idee, eine Infografik in einem Textabschnitt zu erklären. Dies bietet allen Usern wertvolle Informationen.

1.1.3 Icons und Symbole

Icons und Symbole tragen Informationen und Alt Texte, besonders, wenn sie auf Schaltflächen benutzt werden.

1.2 Audio & Video (Zeitbasierte Medien)

Audios und Videos sind im Internet eine weit verbreitete Inhaltsform. Da sie für Menschen mit Seh- oder Hörbehinderung nur schwer nutzbar sind, ist die Barrierefreiheit dieser Inhalte umso wichtiger.

1.2.1 Wie werden Audioinhalte barrierefrei?

Für Audioinhalte sollten alternative Wege zur Verfügung gestellt werden, um die Inhalte erfassbar zu machen. Für Podcasts eignet sich beispielsweise ein Transkript, also der geschriebene Text des Gesagten.

1.2.2 Wie werden Videos barrierefrei?

Alle Inhalte, die ausschließlich visuell erfassbar sind, benötigen eine Alternative. Hier gibt es verschiedene Optionen:

Das „**beschreibende Transkript**“ erklärt in Textform, was in einem Video zu sehen ist. Oft wird es mit dem Audio-Transkript zusammen zur Verfügung gestellt. (Beispiel: „Die Menge jubelt.“)

Bei der **Audiodeskription** (oft: akustische Bildbeschreibung oder Audiokommentierung) beschreibt ein Sprecher den Inhalt in den Sprechpausen eines Videos. Normalerweise wird die Audiodeskription optional zugeschaltet oder als separates Video angeboten.

Sind Gebärdensprache-Videos wichtig?

Gebärdensprache ist für viele gehörlose Menschen oft die erste und bevorzugte Kommunikationsform. Für Audio und Video ist die Verwendung von Gebärdensprache von großer Bedeutung, da gehörlose Menschen so leichter Zugang zu Informationen erhalten. Um dem Gesetzgeber gerecht zu werden, ist das jedoch **nicht dringend notwendig**.





Was muss bei der Herstellung von Videos beachtet werden?

Bereits bei der Videoplanung kann vermieden werden, eine Audiodeskription bereitstellen zu müssen, indem visuelle Inhalte in die Erzählung integriert werden.

Zeigt das Video beispielsweise, wie zwei Farb-Flaschen geöffnet und die Farben dann in einem bestimmten Verhältnis gemischt werden, dann sollte die Beschreibung nicht lauten:

Öffnen Sie die Flaschen und mischen Sie die Farben.

Sondern:

Öffnen Sie die Flaschen, indem Sie die Deckel gegen den Uhrzeigersinn drehen, und mischen Sie 10 ml der gelben Farbe mit 30 ml der blauen Farbe.

1.3 Anpassbar

Inhalte können auf verschiedene Arten dargestellt werden, ohne dass Informationen oder Struktur verloren gehen. Dies bedeutet, dass Webseiten so gestaltet sein müssen, dass sie von unterschiedlichen Geräten und Technologien genutzt werden können, einschließlich Bildschirmlesegeräten und anderen Hilfsmitteln.

Wenn eine Webseite sowohl in einer visuellen als auch in einer textbasierten Form zugänglich ist, können Nutzer mit Sehbehinderungen die Inhalte ebenfalls verstehen. Es geht darum, die Flexibilität der Inhalte zu gewährleisten, damit alle Nutzer, unabhängig von ihren Fähigkeiten oder der verwendeten Technologie, auf die Informationen zugreifen können.



1.3.1 Informationen und Beziehungen

Die Struktur und die Beziehungen zwischen den Inhalten auf einer Webseite müssen klar und verständlich sein. Dies hilft Nutzern, die auf assistive Technologien angewiesen sind, die Inhalte korrekt zu interpretieren und zu navigieren.

Beispiele:

Überschriften und Absätze: Überschriften sind korrekt ausgezeichnet (z. B. mit HTML-Tags wie `<h1>`, `<h2>` etc.), um die Hierarchie und Struktur des Inhalts zu verdeutlichen.

```
<h1></h1>  
<h2></h2>  
<h3></h3>  
<h4></h4>
```

```
<p>textabsatz</p>
```

Listen: Geordnete (``) und ungeordnete (``) Listen sollten verwendet werden, um zusammengehörige Elemente zu gruppieren.

```
<ol>  
<li></li>  
<li></li>  
<li></li>  
</ol>
```

```
<ul>  
<li></li>  
<li></li>  
<li></li>  
</ul>
```

Formulare: Formularelemente müssen mit Labels (`<label>`) versehen sein, um die Beziehung zwischen dem Eingabefeld und seiner Beschreibung deutlich zu machen.

```
<form action="" method="">  
<label for="eingabefeld">Text</label>  
<input type="text" Name="eingabefeld">  
  
<label for="absenden">Text</label>  
<input type="submit" name="absenden">  
</form>
```

Tabellen:

Tabellen werden korrekt ausgezeichnet, mit `<th>` für Tabellenüberschriften und `<td>` für Tabellenzellen, um die Beziehungen zwischen den Daten klar darzustellen.

HTML-Tabellen werden ausschließlich für die Darstellung tabellarischer Daten verwendet.

```
<table>
  <tr>
    <th>Kopf</th>
  </tr>
  <tr>
    <td>Inhalt</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Fuß</td>
  </tr>
</table>
```

1.3.2 Sinnvolle Reihenfolge

Die sinnvolle Reihenfolge bezieht sich darauf, dass die Inhalte einer Webseite in einer **logischen und intuitiven Reihenfolge** präsentiert werden, sodass sie für alle Nutzer, einschließlich derjenigen, die assistive Technologien verwenden, nutzbar sind.

Beispiele:

lineare Navigation:

Inhalte sollten in einer Reihenfolge angeordnet sein, die dem natürlichen Lese- und Navigationsfluss entspricht. Dies ist besonders wichtig für Nutzer, die Bildschirmlesegeräte verwenden.

Tastaturbedienbarkeit:

Alle interaktiven Elemente benötigen eine logische Reihenfolge, um per Tastatur erreichbar zu sein. Dies bedeutet, dass die Tab-Reihenfolge sinnvoll und vorhersehbar sein muss.

visuelle Reihenfolge:

Die visuelle Anordnung der Inhalte sollte der logischen Reihenfolge entsprechen, sodass Nutzer, die die Seite visuell wahrnehmen, die gleiche Struktur erleben wie diejenigen, die assistive Technologien verwenden.

Formulare:

Formularelemente bedürfen einer logischen Reihenfolge, die den Nutzern hilft, sie effizient auszufüllen. Labels sollten klar mit den entsprechenden Eingabefeldern verbunden sein.

1.3.3 Sensorische Eigenschaften

Anweisungen auf einer Webseite sollten **nicht ausschließlich auf sensorischen Merkmalen** wie Form, Größe, visuelle Position, Ausrichtung oder Klang **basieren**. So können auch Nutzer mit sensorischen Einschränkungen die Inhalte und Funktionen der Webseite verstehen und bedienen.

Beispiele:

Formulare: Anstatt nur zu sagen, "Klicken Sie auf den grünen Knopf", könnte die Anweisung lauten: "Klicken Sie auf den grünen Knopf mit der Aufschrift 'Absenden'".

Diagramme und Grafiken: Wenn ein Diagramm Farben verwendet, um Informationen zu unterscheiden, helfen zusätzlich Muster oder Beschriftungen, um die Informationen auch für farbenblinde Nutzer zugänglich zu machen.

Audio-Inhalte: Sollen wichtige Informationen über Audio vermittelt werden, ist es erforderlich, dass diese auch in Textform verfügbar sind.



1.3.4 Orientierung

Die Anzeige und Bedienung von Inhalten ist nicht auf eine einzige Anzeigerausrichtung wie Hoch- oder Querformat beschränkt, es sei denn, eine bestimmte Anzeigerausrichtung ist unbedingt erforderlich.

1.3.5 Zweck der Eingabe

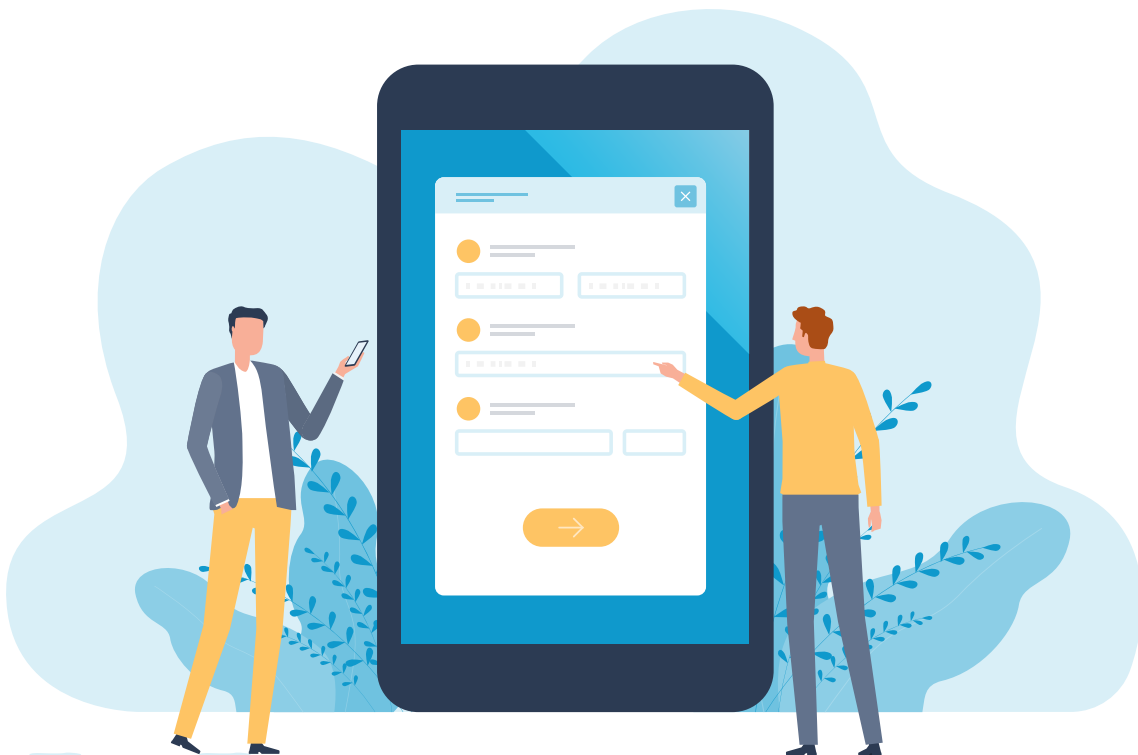
Das bezieht sich darauf, dass der Zweck von Eingabefeldern auf einer Webseite programmatisch bestimmt werden kann, sodass assistive Technologien diese Informationen nutzen können. Dies hilft Nutzern, die auf solche Technologien angewiesen sind, die Eingabefelder korrekt zu verstehen und zu verwenden.

Beispiele:

Autocomplete-Attribute: HTML5-Autocomplete-Attributen (`autocomplete="name"`, `autocomplete="email"` etc.) können genutzt werden, um den Zweck von Eingabefeldern zu kennzeichnen.

ARIA-Labels: ARIA-Labels (`aria-label`, `aria-labelledby`) lassen sich verwenden, um zusätzliche Informationen über den Zweck eines Eingabefelds bereitzustellen.

Formularelemente: Wenn Formularelemente wie Textfelder, Dropdown-Menüs und Schaltflächen klar beschriftet sind, vermitteln sie ihren Zweck eindeutig.



1.4 Unterscheidbar

1.4.1 Verwendung von Farben

Um Farbblinde oder Nutzer mit einer Farbschwäche zu unterstützen, sind Maßnahmen erforderlich.

Die **Farbe** sollte **nicht als einziges visuelles Mittel** genutzt werden, sondern:

Informationsvermittlung

zum Hinweis auf eine Aktion

zum Auslösen einer Reaktion

zur Unterscheidung eines visuellen Elements

1.4.2 Audiosteuerung

Wenn Audio auf einer Webseite länger als 3 Sekunden automatisch abgespielt wird, ist entweder ein **Mechanismus zum Anhalten oder Stoppen** des Audios verfügbar, oder es ist möglich, die Audiolautstärke unabhängig von der Gesamtlautstärke des Systems zu steuern.

1.4.3 Kontrastverhältnis

Texte müssen immer gut lesbar sein, auch für Menschen mit Sehschwächen. **Hohe Kontraste** zwischen Text und Hintergrund sind entscheidend

Dabei hängt das Kontrastverhältnis mit der Schriftgröße zusammen: **Je größer die Schrift, desto geringer darf das Kontrastverhältnis sein.** Das größte Kontrastverhältnis hat schwarzer Text auf weißem Hintergrund. Logos, Text-Logos (die als Grafik eingebunden sind, um dem Logo zu entsprechen) und dekorative Elemente bedürfen keines erhöhten Kontrastverhältnis.



Beispieltext



Beispieltext

1.4.4 Textgröße änderbar

Besteht die Möglichkeit, dass Hilfstechnologien das Layout abändern, z. B. die Schrift vergrößern?

Es ist wichtig, auf die **Skalierbarkeit** zu achten: Speziell die Maßeinheiten für Schriften, Bereiche und Abstände sollten relativ, also in em oder Prozent, angegeben werden. Da manche Nutzer die Browser-Zoomfunktion zur Vergrößerung von Schriften nutzen, sollte selbst bei einer Vergrößerung von 200 Prozent der **Inhalt noch gut lesbar** sein.

1.4.5 Bilder mit Text

Es sollte vermieden werden, **Text als Bestandteil eines Bildes** darzustellen, da dieses für Screenreader und andere Hilfstechnologien schwer zugänglich ist. Stattdessen sollten **Textinhalte direkt in HTML eingebettet** werden. Wenn Bilder mit Text unvermeidbar sind, müssen sie durch Alternativtexte (alt-Attribute) ergänzt werden, die den Inhalt des Bildes beschreiben.

1.4.6 Visuelle Präsentation

Dies bezieht sich auf die **Gestaltung und Darstellung von Inhalten** auf einer Webseite, um sicherzustellen, dass sie für alle Nutzer zugänglich und verständlich sind. Dazu gehören:



1.4.7 Reflow

Inhalte sollen bei Vergrößerung weiterhin gut lesbar sein, ohne dass das Design der Website störende Auswirkungen hat, zum Beispiel horizontal gescrollt werden muss. Dies lässt sich durch **responsives Design** gewährleisten. Endgeräte mit bis zu 320 × 256 Pixeln sollten nutzbar sein.

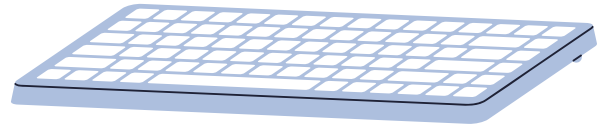
1.4.8 Nicht-Text-Kontrast

Die visuelle Darstellung von Elementen muss ein **Kontrastverhältnis von mindestens 3:1** gegenüber benachbarten Farben aufweisen

2 Bedienbarkeit

2.1 Per Tastatur zugänglich

Alle Funktionen einer Webseite müssen über eine Tastatur zugänglich sein, ohne dass eine bestimmte Zeitvorgabe erforderlich ist. Dies bedeutet, dass Benutzer, die keine Maus verwenden können, in der Lage sein müssen, **alle Inhalte und Funktionen der Webseite nur mit der Tastatur** zu bedienen.



2.2 Keine Tastaturfalle

Eine Tastaturfalle tritt auf, wenn ein Benutzer, der nur die Tastatur zur Navigation verwendet, in einem bestimmten Bereich oder Element einer Webseite "gefangen" ist und **nicht mehr heraus navigieren** kann. Dies kann passieren, wenn der Fokus der Tastatur innerhalb eines eingebetteten Inhalts (wie einem Plugin oder einem Modal-Fenster) zirkuliert und der Benutzer nicht mehr zum Hauptinhalt der Seite zurückkehren kann. Um dies zu vermeiden, sollten Entwickler sicherstellen, dass Benutzer jederzeit die Möglichkeit haben, den Fokus zu verlassen, zum Beispiel durch Drücken der Esc-Taste.

2.3 Tastenkombinationen für Zeichen

Dies besagt, dass zusätzliche Zeichentastenbefehle (z. B. Tastenkombinationen) nur deaktiviert, geändert oder aktiviert werden können, wenn der Benutzer den **Fokus auf das entsprechende Element** hat. Das kann bei Plugins wie einem virtuellen Rundgang der Fall sein.



Es muss sichergestellt werden, dass Benutzer **nicht versehentlich Funktionen auslösen**, die sie nicht beabsichtigt haben, insbesondere wenn sie assistive Technologien verwenden, die die gleichen Tastaturbefehle nutzen.

2.4 Ausreichend Zeit

2.4.1 Timing einstellbar

Für jede Zeitbegrenzung, die auf einer Webseite festgelegt ist, muss mindestens eine der folgenden Bedingungen erfüllt sein:

abschaltbar

Der Benutzer muss die Zeitbegrenzung abschalten können, bevor sie abläuft.

anpassbar

Der Benutzer soll die Möglichkeit haben, die Zeitbegrenzung zu verlängern, bevor sie abläuft, und zwar um mindestens das Zehnfache der ursprünglichen Dauer.

Echtzeit-Ausnahme

Die Zeitbegrenzung ist eine wesentliche Voraussetzung für ein Echtzeit-Ereignis (z.B. einen Live-Stream).

wesentliche Ausnahme

Die Zeitbegrenzung ist wesentlich und das Abschalten oder Anpassen würde die Aktivität ungültig machen.

20-Stunden-Ausnahme

Die Zeitbegrenzung beträgt mehr als 20 Stunden.

2.4.2 Pause, Stopp, Verstecken

Für jede sich bewegende, blinkende, scrollende oder automatisch aktualisierende Information (z. B. Slider), die länger als fünf Sekunden dauert, muss mindestens eine der folgenden Bedingungen gelten:

Pause

Der Benutzer muss die Bewegung, das Blinken oder das Scrollen pausieren können.

Stopp

Der Benutzer muss die Möglichkeit haben, die Bewegung, das Blinken oder das Scrollen zu stoppen.

Verstecken

Der Benutzer kann die Information verstecken.



2.5 Anfälle und körperliche Reaktionen

2.5.1 Dreimal blinken oder unter dem Schwellenwert

Bei dieser Richtlinie geht es um dreimaliges oder noch schnelleres Blinken in einer Sekunde. Webseiten dürfen **keine blitzenden oder flackernden Elemente** beinhalten, die Menschen mit Epilepsie gefährden. Daher dürfen diese nicht mehr als dreimal pro Sekunde blinken. Dies gilt insbesondere für rotes Blinken, da es als besonders auslösend für Anfälle gilt.

2.6 Navigierbar

2.6.1 Blöcke umgehen

Diese Richtlinie verlangt, dass eine Möglichkeit vorhanden ist, **Blöcke von Inhalten** zu **umgehen**, die auf mehreren Webseiten wiederholt werden. Das ist beispielsweise der Header.

Das Ziel ist es, Nutzern, die sich sequenziell durch Inhalte navigieren, einen **direkteren Zugang zum Hauptinhalt der Webseite** zu ermöglichen.

2.6.2 Seite mit Titel versehen

Jede Webseite muss einen **Titel** haben, der ihren **Zweck oder Inhalt beschreibt**. Ein klarer und beschreibender Titel hilft Nutzern, insbesondere denen, die Screenreader verwenden, den Inhalt der Seite schnell zu verstehen und zu navigieren.

2.6.3 Fokus-Reihenfolge

Die Fokus-Reihenfolge auf einer Webseite soll so organisiert sein, dass sie den Nutzern eine **sinnvolle Navigation** ermöglicht. Dieses kann mit dem Drücken der Tab-Taste nachvollzogen werden.

Darunter ist zu verstehen, dass die Reihenfolge, in der interaktive Elemente wie Links, Schaltflächen und Formulare **durch die Tastatur fokussiert** werden, logisch und intuitiv sein muss. Dies hilft insbesondere Nutzern, die auf die Tastaturnavigation angewiesen sind, sich effizient und ohne Verwirrung durch die Webseite zu bewegen.

2.6.4 Linkzweck (im Kontext)

Diese Richtlinie verlangt, dass der **Zweck eines Links** aus dem Linktext selbst oder aus dem Kontext des Links bestimmt werden kann.

Das bedeutet, dass Nutzer, insbesondere solche, die Screenreader verwenden, den Zweck eines Links verstehen können, ohne dass sie den gesamten umgebenden Text lesen müssen. Dies kann durch **klare und beschreibende Linktexte** oder durch den Kontext, in dem der Link eingebettet ist, erreicht werden.

2.6.5 Mehrere Möglichkeiten



Nutzer müssen mehrere Möglichkeiten haben, eine **Webseite zu finden und zu navigieren**.

Das heißt: Sie sind nicht nur auf eine einzige Navigationsmethode angewiesen. Beispielsweise sollten sie **über eine Suchfunktion, eine Sitemap oder ein Navigationsmenü** auf die Inhalte zugreifen können. Dies hilft besonders Nutzern mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Vorlieben, die für sie beste Methode zur Navigation zu wählen.

2.6.6 Überschriften und Beschriftungen

Diese Richtlinie verlangt, dass Überschriften und Beschriftungen beschreibend sind und **den Zweck oder das Thema des Inhalts klar vermitteln**.

Klare und präzise Überschriften und Beschriftungen tragen dazu bei, dass die Struktur und der Inhalt der Webseite leichter zugänglich und verständlich sind.

2.6.7 Fokus sichtbar

Der Tastaturfokus soll auf einer Webseite sichtbar sein.

Das bedeutet, dass **interaktive Elemente** wie Links, Schaltflächen und Formulare eine **visuelle Anzeige** haben müssen, wenn sie den Fokus erhalten. Dies hilft Nutzern, zu erkennen, welches Element gerade aktiv ist.

2.7 Eingabemodalitäten



Sie zielen darauf ab, die Bedienung von Webseiten durch **verschiedene Eingabemethoden über die Tastatur hinaus** zu erleichtern. Beispielhaft sind Maus oder Touchscreen zu nennen.

Zeigergesten

Funktionen, die durch komplexe Gesten wie Wischen oder Ziehen bedient werden, müssen auch durch **einfachere Gesten** wie Tippen oder Klicken zugänglich sein.

Zeigerabbruch

Es muss möglich sein, eine **Zeigeraktion**, die durch das Drücken oder Halten eines Zeigers (z.B. Mausklick oder Touchscreen-Berührung) ausgelöst wird, auch durch das Loslassen des Zeigers abzubrechen.

Beschriftung im Namen

Die sichtbare **Beschriftung eines Bedienelements** z. B. Button, muss im zugänglichen Namen enthalten sein, um die Nutzung von Sprachsteuerung zu erleichtern.

Bewegung aktiviert

Funktionen, die durch Bewegung des Geräts, wie Schütteln oder Kippen, aktiviert werden, müssen auch durch eine **alternative Methode** bedient werden können.

3 Verständlichkeit

3.1 Lesbarkeit

3.1.1 Sprache der Seite

Die **Standardsprache jeder Webseite** muss **programmatisch bestimmt** werden können. Dies geschieht mit dem lang-Attribut der Website.

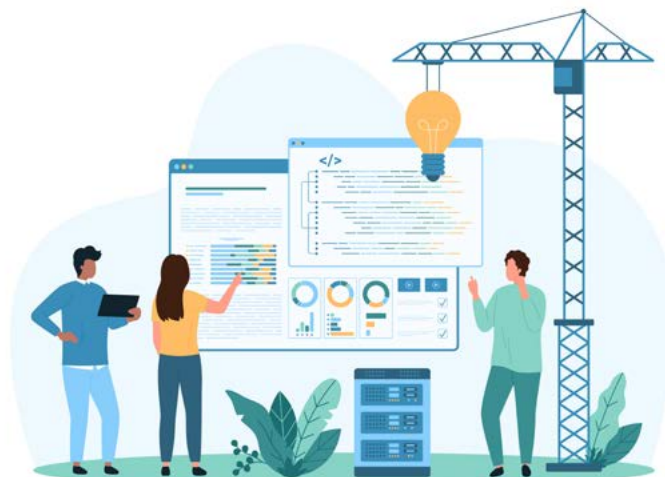


Das Ziel ist es, sicherzustellen, dass Benutzeragenten (wie Screenreader) den Text und andere sprachliche Inhalte korrekt darstellen können. Dies ist besonders wichtig für Nutzer, die auf assistive Technologien angewiesen sind, um den Inhalt der Seite zu verstehen.

3.1.2 Sprache von Teilen

Diese Richtlinie verlangt, dass die Sprache von **Textpassagen oder Teilen einer Webseite** programmatisch bestimmt werden kann, wenn sie sich von der Standardsprache der Seite unterscheidet. Dies kann folgendermaßen realisiert werden:

```
<p lang="en-GB">
```



3.2 Vorhersehbar

Dieser Bereich umfasst mehrere Unterkriterien, die sicherstellen sollen, dass Webseiten **konsistent und vorhersehbar** sind, um die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen.

Änderungen eines Elements im Fokus

Wenn ein Element den Fokus erhält, sollte dies **keine unerwarteten Änderungen** auf der Seite verursachen. Normalerweise wird der Fokus von aktivem Element zu aktivem Element (meist Links oder Formular-Steuer-elemente) mit der Tabulatortaste bewegt oder er wird mit einem Mausklick auf bestimmte Steuerelemente gesetzt.

Änderungen nur bei Eingabe

Änderungen auf der Seite sollten **nicht automatisch** erfolgen, wenn ein Benutzer ein Eingabefeld ausfüllt, es sei denn, der Benutzer wird darüber informiert. Kontextänderungen sollten Mausklicks und Drücken von Eingabe- bzw. Leertasten vorbehalten sein.

Konsistente Navigation

Navigationsmechanismen, die auf mehreren Seiten wiederholt werden, sollten in einer **konsistenten Reihenfolge** erscheinen.

Konsistente Identifikation

Komponenten, die dieselbe Funktionalität auf verschiedenen Seiten haben, sollten **konsistent identifiziert** werden.

3.3 Hilfestellung bei der Eingabe

Dieser Teil umfasst mehrere Unterkriterien, die sicherstellen sollen, dass **Benutzer bei der Eingabe von Daten unterstützt** und Fehler minimiert werden.

Fehlererkennung

Wenn ein Eingabefehler automatisch erkannt wird, sollte das **fehlerhafte Element identifiziert** und der Fehler dem Benutzer in Textform beschrieben werden.

Beschriftungen oder Anweisungen

Beschriftungen oder Anweisungen sollten bereitgestellt werden, wenn der Inhalt **Benutzereingaben** erfordert.

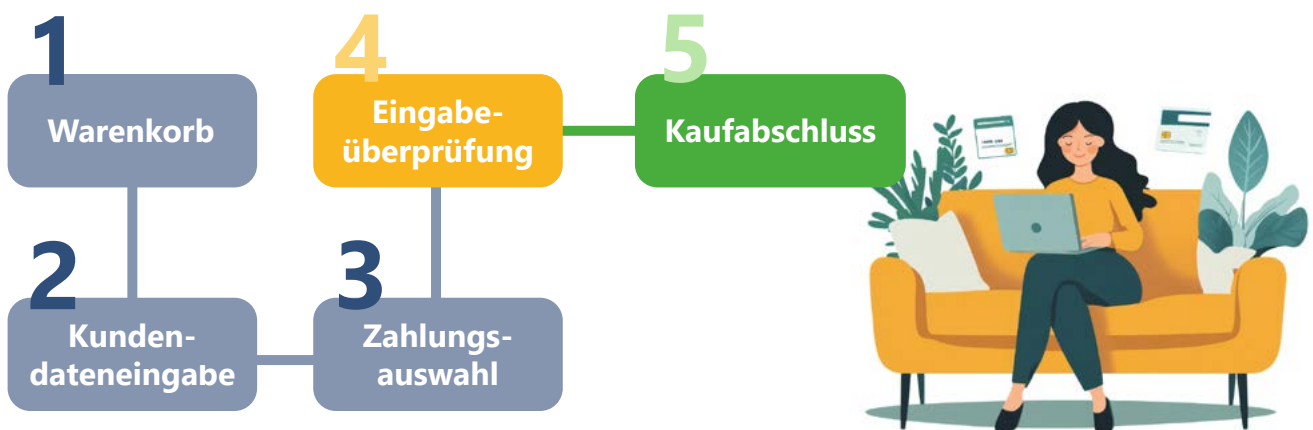
Beschriftungen oder Anweisungen

Sofern ein Eingabefehler automatisch erkannt wird und Korrekturvorschläge bekannt sind, werden diese **dem Nutzer zur Verfügung gestellt**, es sei denn, dies würde die Sicherheit oder den Zweck der Inhalte gefährden.

Fehlervermeidung

Für Webseiten, die rechtliche Verpflichtungen, finanzielle Transaktionen oder die Änderung oder Löschung von Benutzerdaten beinhalten, sollte **mindestens eine der folgenden Maßnahmen** ergriffen werden:

- Überprüfung der Eingaben
- Bestätigungsmöglichkeit vor dem Absenden
- Möglichkeit zur Korrektur der Eingaben





Grundsätze

Sprache:

Verwenden Sie eine **klare und einfache Sprache**. Vermeiden Sie unnötig komplizierte Wörter und Sätze. Auf die Verwendung von Fremdwörtern sollte weitestgehend verzichtet und Fachbegriffe erklärt werden.

Struktur:

Längere Texte sollten in kürzere Abschnitte unterteilt werden, damit Menschen sie verstehen können, die sonst Schwierigkeiten damit haben. Verwenden Sie daher **Absätze, Aufzählungszeichen oder Tabellen**, um Informationen zu strukturieren und den Text leichter lesbar zu machen.

Eine gute Struktur der Inhalte hilft auch Menschen, die Screenreader benutzen, um sich in den Texten zu orientieren und Inhalte schnell zu finden.

Es sollten keine plötzlichen, unvorhersehbaren Dinge passieren.

Helfen Sie den Benutzern dabei, **Fehler zu vermeiden und zu korrigieren**, z. B. bei Formularen.

Leichte Sprache

Leichte Sprache ist eine spezielle Sprachversion, die sich an Menschen mit Lernbehinderungen wendet. In Leichter Sprache werden komplizierte Sätze in **einfachere Worte und kürzere Sätze** umgewandelt. Auch Metaphern und andere Sprachmittel wie Ironie werden vermieden, um Missverständnissen vorzubeugen. Lange zusammengesetzte Wörter werden mit Bindestrichen oder Mediapunkten (·) getrennt, um sie leichter erfassbar zu machen. Zudem werden in der Leichten Sprache für jeden Sachverhalt **Illustrationen als visuelle Unterstützung** zu Verfügung gestellt.

Semantik – HTML-Elemente richtig nutzen

Auch die Auszeichnung der Inhalte nach ihrer Bedeutung (Semantik) ist an dieser Stelle wichtig. Setzt man die **HTML-Elemente** wie H1 bis H6, p, strong und ul anhand dieser sinnvoll ein, so können Suchmaschinen und Screenreader auf Grundlage der verwendeten HTML-Elemente die Wichtigkeit der Inhalte ableiten.

Wird beispielsweise der Tag (nicht semantisch) eingefügt, wird der darauffolgende Text fett angezeigt. Erst durch den Tag (semantisch), der optisch gleich aussieht, wird der Text als inhaltlich wichtiger ausgezeichnet.

Die **HTML5-Seitenstrukturierung** header, footer, aside, main, nav, article oder section sollten genutzt werden.

4 Robustheit

4.1 Kompatibel

Eine barrierefreie Website robust zu gestalten, bedeutet, dass die Inhalte so entwickelt werden, dass sie von **verschiedenen assistiven Technologien zuverlässig genutzt** werden können. Das umfasst beispielsweise Screenreader, Vorlese- und Spracherkennungssoftware.

Robustheit stellt sicher, dass die Website **auch bei zukünftigen Updates und Änderungen** der Technologien weiterhin zugänglich bleibt. Dies bedeutet, dass der Code sauber und standardkonform geschrieben sein sollte, um eine langfristige Nutzbarkeit zu gewährleisten.

Somit dürfen **keine doppelten Attribute und IDs** verwendet werden. Elemente müssen richtig verschachtelt und Start- sowie End-Tags müssen richtig gesetzt werden.



4.2 Name, Rolle, Wert bei Formularen

In der Barrierefreiheit von Webseiten bezieht sich "Name, Rolle, Wert" auf die Art und Weise, wie Elemente einer Webseite für assistive Technologien wie Screenreader beschrieben werden.

Name:

Der Name eines Elements ist die Bezeichnung, die von assistiven Technologien vorgelesen wird. Zum Beispiel der Text eines Buttons oder die Beschriftung eines Formularfeldes.

Rolle:

Die Rolle beschreibt, was das Element ist oder welche Funktion es hat. ARIA-Rollen (Accessible Rich Internet Applications) sind eine Sammlung von Attributen, die entwickelt wurden, um die Barrierefreiheit von Webanwendungen zu verbessern. Sie ermöglichen es Entwicklern, die Semantik von HTML-Elementen zu erweitern, sodass assistive Technologien wie Screenreader besser verstehen, wie sie mit den Inhalten interagieren sollen. Beispiele:

- **Button:** Kennzeichnet ein Element als Schaltfläche.
- **Alert:** Informiert über eine Änderung, die sofortige Aufmerksamkeit erfordert
- **Navigation:** Kennzeichnet einen Bereich als Navigationsmenü
- **Dialog:** Beschreibt ein Dialogfeld/Fenster, das vom Rest der Seite getrennt ist.

Wert:

Der Wert gibt den aktuellen Zustand oder die Daten eines Elements an. Bei einem Eingabefeld wäre der Wert der Text, der darin eingegeben wurde. Bei einem Schieberegler könnte der Wert die aktuelle Position des Reglers sein.

4.3 Statusmeldungen

In Bezug auf barrierefreie Webseiten sind Statusmeldungen kurze Nachrichten, die den Benutzer über den **aktuellen Zustand oder Änderungen** auf der Webseite informieren. Diese Meldungen sind besonders wichtig für Nutzer von assistiven Technologien, da sie ihnen helfen, sich auf der Seite zurechtzufinden und auf Änderungen zu reagieren.

Ein Beispiel für eine Statusmeldung könnte sein, wenn ein Formular erfolgreich abgesendet wurde oder wenn ein Fehler aufgetreten ist. Diese Meldungen sollten so gestaltet sein, dass sie von Screenreadern erkannt und vorgelesen werden können.



**Ihre Anfrage wurde entgegen-
genommen und wird von unserem Support
innerhalb von 2-3 Werktagen
bearbeitet.**

LAYOUT

Bedienflächen ausreichend groß gestalten

Bedienflächen sollten ausreichend groß sein, damit sie gut bedienbar sind, vor allem auf dem Smartphone oder Tablet. Zudem sollten sie sich **farblich abheben**, um eine **Signalwirkung** zu entfalten.

Möglichst keine Serifenschriften oder zu kleine Schriftgrößen verwenden:

Die **Schriftarten**, die verwendet werden, sollten **gut lesbar** sein. Serifenschriften, also Schriften mit Verzierungen, eignen sich deshalb weniger für digitale Endgeräte. Auch auf eine angemessene Schriftgröße sollte geachtet werden.

Formularfelder, Links und Schaltflächen

Dies gilt ebenso für Formularfelder, Links und Schaltflächen. Eingabefelder sollten immer über eine **aussagekräftige, sinngebende Beschriftung**, also ein dazugehöriges „Label“-Element, verfügen und über das for-Attribut mit diesem verknüpft sein.

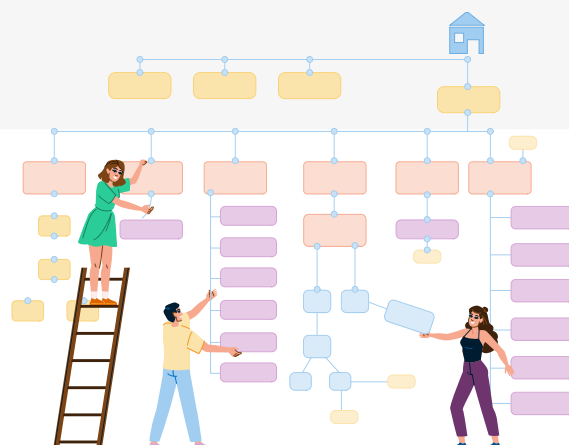
BARRIEREFREIHEIT UND SEO

Barrierefreiheit und Suchmaschinenoptimierung (SEO) verfolgen ähnliche Ziele: Inhalte so zu gestalten, dass sie für eine möglichst breite Zielgruppe zugänglich und verständlich sind. Eine barrierefreie Website verbessert nicht nur die Benutzererfahrung für Menschen mit Behinderungen, sondern wirkt sich auch positiv auf die Suchmaschinenplatzierung aus.

Wie Barrierefreiheit SEO verbessert

Strukturierte Inhalte und klare Navigation:

Barrierefreie Webseiten verwenden eine klare Struktur mit Überschriften, Absätzen und Listen. Dies erleichtert nicht nur Nutzern mit Screenreadern die Navigation, sondern hilft auch Suchmaschinen-Crawlern, den Inhalt der Seite besser zu verstehen und zu indexieren. Eine logisch strukturierte Seite wird von Suchmaschinen als relevanter und benutzerfreundlicher eingestuft, was zu einer besseren Platzierung in den Suchergebnissen führen kann.



Alt-Texte für Bilder:

Alt-Texte sind nicht nur wichtig für blinde oder sehbehinderte Nutzer, sondern auch für Suchmaschinen. Sie liefern Informationen über den Bildinhalt und tragen dazu bei, dass Bilder in der Bildersuche gefunden werden. Suchmaschinen nutzen diese Informationen, um den Kontext einer Seite zu bestimmen. Aussagekräftige Alt-Texte können daher die Sichtbarkeit der Webseite in den Suchergebnissen verbessern.

Schnelle Ladezeiten:



Barrierefreie Webseiten sind oft für eine schnelle Ladezeit optimiert, da sie auf unnötige, große Multimedia-Inhalte verzichten oder diese so gestalten, dass sie effizient geladen werden. Schnelle Ladezeiten sind ein wichtiger Ranking-Faktor für Suchmaschinen, da sie die Benutzererfahrung positiv beeinflussen.

Mobile Optimierung:

Viele Aspekte der Barrierefreiheit, wie die Verwendung eines responsiven Designs und die Anpassbarkeit der Schriftgröße, tragen auch zu einer besseren mobilen Nutzererfahrung bei. Da Suchmaschinen wie Google die mobile



Nutzererfahrung bei der Bewertung einer Webseite stark gewichten, kann eine barrierefreie und mobile-optimierte Seite zu einem höheren Ranking führen.

Hochwertige Meta-Informationen:

Barrierefreie Webseiten enthalten in der Regel klare und beschreibende Meta-Tags, Titel und Beschreibungen. Diese helfen nicht nur Menschen mit kognitiven Einschränkungen, den Inhalt besser zu verstehen, sondern liefern auch den Suchmaschinen relevante Informationen, die in den Suchergebnissen angezeigt werden. Gut formulierte Meta-Tags erhöhen die Klickrate (CTR) und signalisieren Suchmaschinen die Relevanz einer Seite.

Barrierefreie URL-Struktur:

Eine einfache und verständliche URL-Struktur hilft Nutzern, den Inhalt der Seite zu erkennen, und trägt gleichzeitig zur Suchmaschinenoptimierung bei. Suchmaschinen bevorzugen URLs, die klar den Inhalt einer Seite widerspiegeln, und bewerten solche Seiten als benutzerfreundlicher. Durch die Umsetzung von Barrierefreiheit auf einer Webseite verbessert sich nicht nur die Zugänglichkeit für alle Nutzer, sondern auch das SEO-Ranking. Suchmaschinen belohnen Webseiten, die benutzerfreundlich, strukturiert und leicht zugänglich sind. Damit geht Barrierefreiheit weit über die Einhaltung rechtlicher Anforderungen hinaus und wird zu einem entscheidenden Faktor für den Erfolg im digitalen Raum.

CHECKLISTE ZUR BARRIEREFREIHEIT

Diese Schnellreferenz-Checkliste dient dazu, die wichtigsten Aspekte der Barrierefreiheit zu überprüfen und sicherzustellen, dass Ihre Website den WCAG 2.2-Richtlinien entspricht. Nutzen Sie diese Liste als praktisches Werkzeug, um häufige Barrieren zu identifizieren und zu beseitigen.

1 Wahrnehmbarkeit

Alt-Texte für Bilder

Sind alle Bilder mit aussagekräftigen Alt-Texten versehen?

Untertitel für Videos

Haben alle Videos Untertitel oder Transkripte?

Textalternativen

Gibt es Textalternativen für Audiodateien und Multimedia-Inhalte?

Kontrastverhältnis

Ist der Kontrast zwischen Text und Hintergrund ausreichend (mindestens 4,5:1 für normalen Text)?

skalierbarer Text

Ist der Text ohne Qualitätsverlust vergrößerbar?

2 Bedienbarkeit

Tastaturzugänglichkeit

Ist die gesamte Website mit der Tastatur bedienbar?

Fokusmarkierung

Sind interaktive Elemente (Links, Schaltflächen) durch eine sichtbare Fokusmarkierung hervorgehoben?

Vermeidung von Blinken

Gibt es blinkende oder flackernde Inhalte, die Anfälle auslösen könnten? Wenn ja, können sie deaktiviert werden?

Navigation

Ist eine konsistente und klare Navigation vorhanden, einschließlich Skip-Links und Sitemap?

3 **Verständlichkeit**

klare Sprache

Ist die Sprache der Website klar und einfach verständlich?

lesbare Schriftarten

Werden gut lesbare Schriftarten und angemessene Schriftgrößen verwendet?

Fehlermeldungen

Werden Fehlermeldungen in Formularen klar und verständlich kommuniziert?
Gibt es Anleitungen zur Behebung von Fehlern?

vorhersehbares Verhalten

Verhalten sich interaktive Elemente und Formulare vorhersehbar (z. B. keine unerwarteten Pop-ups oder automatische Fokusänderungen)?

4 **Robustheit**

Kompatibilität

Funktioniert die Website mit verschiedenen Browsern und assistiven Technologien (z. B. Screenreadern)?

validierter Code

Ist der HTML- und CSS-Code der Website fehlerfrei und nach aktuellen Webstandards validiert?

ARIA-Rollen und -Eigenschaften

Werden ARIA-Rollen und -Eigenschaften korrekt verwendet, um die Interaktion mit assistiven Technologien zu verbessern?

5 **Zusätzliche Aspekte**

responsive Design

Passt sich die Website an verschiedene Bildschirmgrößen an (mobilfreundlich)?

Formulare

Sind alle Formulare korrekt beschriftet und gibt es eindeutige Anweisungen für den Nutzer?

sichere Eingabemodalitäten

Gibt es alternative Eingabemöglichkeiten (z. B. Sprachsteuerung, Touchscreen)?

anpassbare Farben

Können Nutzer die Farbgestaltung der Website nach ihren Bedürfnissen anpassen?

5 Was mache ich, bis meine Website barrierefrei ist?

Durch das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz sind Unternehmen dazu verpflichtet, den **elektronischen Geschäftsverkehr ab Mitte 2025 barrierefrei** zu gestalten. Eine Umsetzung auf einen Schlag ist oft nicht möglich, jedoch sollte die barrierefreie Umgestaltung schnellstmöglich erfolgen.

Am wichtigsten ist es, nicht in Panik zu verfallen: Die Übergangsfristen und die Zeiträume, in denen Barrierefreiheit implementiert werden muss, sind großzügig genug, wenn Sie entschlossen handeln. Verschaffen Sie sich zunächst einen **Überblick über den Zustand der Barrierefreiheit Ihrer Website** und gehen Sie Schritt für Schritt vor.

Kommunizieren Sie den Nutzern Ihrer Website klar, wo Barrieren vorhanden sind und wie diese gegebenenfalls umgangen werden können. Platzieren Sie diese Informationen prominent, damit sich Menschen mit Behinderungen direkt informieren können. Wenn Sie bereits einen **Plan für Verbesserungen** haben, dann beschreiben Sie ihn möglichst genau, **mit konkretem Datum der Umsetzung**.

Entschlossen handeln

Pläne kommunizieren

Alternativen bereitstellen



Bis Ihre Inhalte barrierefrei sind, können Sie Alternativen bereitstellen

Word-Datei

Eine Word-Datei ist barrierefreier als ein nicht-barrierefreies PDF.

Vereinfachte Webseite

Verweisen Sie auf eine einfachere Webseite, die die Eigenschaften Ihrer Produkte zusammenfasst.



Alternativen sind keine Dauerlösung. Beschreiben Sie klar, wie lange diese Alternativen bestehen müssen, und versuchen Sie, diese so schnell wie möglich zugunsten eines barrierefreien Angebotes zu ersetzen. **Das Ziel ist, dass Sie alle Ihre Kunden mit den gleichen Informationen auf der gleichen Website erreichen.**



LÖWENSTARK®
ONLINE MARKETING

Löwenstark Online-Marketing GmbH

Barrierefreiheit im Web:

Der LÖWENSTARK-Leitfaden für Ihre Webseite

Praxisnahes Wissen und bewährte Methoden zur Umsetzung der WCAG 2.2-Richtlinien

Autor: Frank Schöler

Lektorat: Sofie Anton

Grafik & Design: Jennifer Seidl, Erich Gushakowski

Version: 1 – November 2024