IVIS MEDIA Experts for digital Spaces

CHECKLISTE · STAND NOVEMBER 2026

Barrierefreie Website: Checkliste nach BFSG und WCAG

14 Prüfpunkte zum Abhaken, ein Selbsttest in 30 Minuten und die Informationen, die das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz verlangt.

HERAUSGEBER
IVIS MEDIA Berlin

STAND
26.11.2026

STANDARD
WCAG 2.2, Stufe AA

ONLINE
ivis.media/aktuelles/barrierefreie-website-checkliste

01 · ÜBERBLICK

Barrierefreie Website: die Checkliste kurz erklärt

Lässt sich Ihr Menü ohne Maus öffnen? Ist ein Formular auch dann verständlich, wenn ein Screenreader die Felder vorliest? Mit dieser Checkliste können Sie 14 typische Stellen auf Ihrer Website prüfen. Der 30-Minuten-Test in Abschnitt 05 hilft Ihnen, die ersten Probleme zu finden.

In Deutschland gelten seit dem 28. Juni 2025 für bestimmte Produkte und Dienstleistungen die Anforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG). Die technischen Prüfpunkte in dieser Checkliste orientieren sich an den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). Für eine vollständige Prüfung braucht es weitere Kriterien und Tests.

Das Wichtigste in Kürze

- Das BFSG erfasst unter anderem Online-Shops und Buchungsdienste für Privatkundschaft. Für Kleinstunternehmen, die Dienstleistungen erbringen, gibt es eine Ausnahme.
- Für neue und überarbeitete Websites empfehlen wir WCAG 2.2 AA als technisches Ziel. Die gesetzlichen Anforderungen stehen im BFSG und in der dazugehörigen Verordnung.
- Beginnen Sie mit der Tastaturbedienung, den Kontrasten und den Formularen, die Ihre Kundschaft tatsächlich nutzt.
- Bei erfassten Dienstleistungen müssen Sie die Informationen zur Barrierefreiheit öffentlich und barrierefrei zugänglich machen.
- Ergänzen Sie den automatischen Scan durch Tests mit Tastatur, Zoom und Screenreader.

So arbeiten Sie mit dieser Checkliste

- Wählen Sie drei typische Seiten oder Abläufe aus, etwa Startseite, Produktseite und Warenkorb oder Kontaktformular.
- Gehen Sie die Prüfpunkte in Abschnitt 03 auf diesen Seiten durch. Die Abhakfelder lassen sich direkt im PDF anklicken oder nach dem Ausdrucken von Hand ausfüllen.
- Notieren Sie bei offenen Punkten, auf welcher Seite und an welchem Element das Problem auftritt.

Diese Checkliste gibt einen praktischen Überblick und ersetzt weder eine vollständige Prüfung nach WCAG noch eine Rechtsberatung.

02 · ANWENDUNGSBEREICH

Wer muss seine Website barrierefrei machen?

Das BFSG setzt den European Accessibility Act in deutsches Recht um. Für Websites ist besonders der elektronische Geschäftsverkehr relevant. Gemeint sind digitale Dienste, die auf Anfrage einer Privatperson einen Verbrauchervertrag vorbereiten oder zu dessen Abschluss führen. Auch wenn der Vertrag erst später zustande kommt, kann eine Online-Terminbuchung darunterfallen. FAQ der Bundesfachstelle Barrierefreiheit

In der Regel betroffen

- Online-Shops und Marktplätze, die an Privatpersonen verkaufen
- Online-Buchungen für Reisen, Veranstaltungstickets oder Kurse und je nach Ablauf auch Online-Terminbuchungen
- Bankdienstleistungen für Verbraucherinnen und Verbraucher, etwa Online-Banking
- E-Books und die dazugehörige Software
- Telekommunikationsdienste und bestimmte digitale Angebote im Personenverkehr

In der Regel nicht betroffen

- Dienstleistungen von Kleinstunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten und höchstens zwei Millionen Euro Jahresumsatz oder Jahresbilanzsumme
- Angebote, die sich ausschließlich an Unternehmen richten
- Rein informative Websites ohne Funktion zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Verbrauchervertrags

Die Ausnahme für Kleinstunternehmen betrifft Dienstleistungen. Für Produkte, die das BFSG erfasst, gelten eigene Pflichten. Bei einem Online-Shop sollten Sie die gesamte Website oder App prüfen. Zur Bestellung gehören für viele Menschen auch die Produktsuche, die Produktbeschreibung und die Auswahl einer Variante. FAQ zum elektronischen Geschäftsverkehr

03 · PRÜFPUNKTE

Checkliste: die wichtigsten Prüfpunkte nach WCAG

Die WCAG beschreiben, wie Menschen Inhalte wahrnehmen, bedienen und verstehen können und wie Websites mit Browsern und Hilfsmitteln wie Screenreadern zusammenarbeiten. Bei jedem Prüfpunkt steht die Nummer des zugehörigen Erfolgskriteriums.

Die gesetzlichen Anforderungen stehen in der Verordnung zum BFSG (BFSGV). Für die technische Umsetzung dient die europäische Norm EN 301 549 als Orientierung. Ihre Fassung V3.2.1 basiert für Webinhalte auf WCAG 2.1. Die im September 2026 veröffentlichte Fassung V4.1.1 übernimmt WCAG 2.2. Mit Stand vom 26. November 2026 ist die Fundstelle für den European Accessibility Act noch nicht im EU-Amtsblatt bekannt gemacht. Erst dieser Schritt löst für die abgedeckten Anforderungen die Konformitätsvermutung nach § 4 BFSG aus. Normenübersicht der Bundesfachstelle Barrierefreiheit · Einordnung von AccessibleEU

PRÜFPUNKT 01

WCAG-KRITERIUM

1.1.1

☐ ERFÜLLT

Bilder und Alternativtexte

Informative Bilder brauchen einen Alternativtext, der das Wesentliche vermittelt. Wenn ein Bild allein als Link dient, beschreibt sein Alternativtext das Ziel oder die Funktion. Dekorative HTML-Bilder erhalten ein leeres alt-Attribut.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Lassen Sie sich die Alternativtexte mit WAVE anzeigen. Würden Sie auch ohne das Bild verstehen, was es in diesem Zusammenhang vermittelt?

PRÜFPUNKT 02

WCAG-KRITERIUM

1.2.1
1.2.2
1.2.5

☐ ERFÜLLT

Untertitel, Transkripte und Audiodeskription

Bieten Sie für vorab aufgezeichnete Videos mit Ton Untertitel an, die auch wichtige Geräusche wiedergeben. Stellen Sie für reine Audioaufnahmen ein Transkript bereit. Für Stufe AA braucht ein Video eine Audiodeskription, wenn wichtige Bildinformationen aus der Tonspur nicht hervorgehen.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Spielen Sie ein Video stumm mit Untertiteln ab. Hören Sie danach nur den Ton. Fehlen visuelle Informationen, die Sie zum Verständnis brauchen?

PRÜFPUNKT 03

WCAG-KRITERIUM

1.3.1

☐ ERFÜLLT

Überschriften und Struktur

Überschriften bilden den Aufbau des Inhalts ab. Listen und Datentabellen sind so ausgezeichnet, dass Screenreader ihre Struktur erkennen.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Öffnen Sie die Überschriftenliste im Screenreader oder in einer Browser-Erweiterung. Prüfen Sie, ob Sie darin einen Abschnitt schnell finden.

PRÜFPUNKT 04

WCAG-KRITERIUM

1.4.3
1.4.11

☐ ERFÜLLT

Farbkontrast

Normaler Text braucht mindestens **4,5:1**, großer Text mindestens **3:1**. Visuelle Hinweise, die man zum Erkennen eines Bedienelements oder seines Zustands benötigt, brauchen mindestens **3:1** zu angrenzenden Farben.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Messen Sie den Kontrast mit einem Kontrastrechner. Prüfen Sie auch Platzhaltertexte, Text auf Bildern und die sichtbare Markierung ausgewählter Elemente.

PRÜFPUNKT 05

WCAG-KRITERIUM

1.4.4
1.4.10

☐ ERFÜLLT

Textgröße und Umbruch

Text lässt sich auf 200 % vergrößern, ohne dass Inhalte oder Funktionen verloren gehen. Bei 320 CSS-Pixeln Breite passt sich vertikal gelesener Inhalt ohne horizontales Scrollen an. Elemente wie Datentabellen oder Karten können eine Ausnahme sein.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Prüfen Sie bei 200 %, ob Text abgeschnitten wird. Stellen Sie danach die Ansichtsbreite auf 320 CSS-Pixel. Das entspricht bei 1280 CSS-Pixeln Ausgangsbreite einem Zoom von 400 %.

PRÜFPUNKT 06

WCAG-KRITERIUM

2.1.1
2.1.2

☐ ERFÜLLT

Tastaturbedienung

Die Funktionen lassen sich mit der Tastatur bedienen. Der Fokus bleibt in keinem Element hängen. Ein geöffneter Dialog lässt sich mit der Tastatur wieder verlassen.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Bedienen Sie die Seite mit Tab, Umschalt+Tab, Enter und Leertaste. Nutzen Sie bei Menüs oder Auswahlfeldern auch die Pfeiltasten.

PRÜFPUNKT 07

WCAG-KRITERIUM

2.4.7
2.4.11

NEU IN WCAG 2.2

☐ ERFÜLLT

Sichtbarer Tastaturfokus

Sie können jederzeit sehen, welches Element den Tastaturfokus hat. Nach WCAG 2.2 darf ein fixiertes Element wie ein Banner den Fokus außerdem nicht vollständig verdecken.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Gehen Sie mit Tab durch die Seite. Achten Sie besonders auf Elemente unter einer fixierten Kopfzeile oder neben einem offenen Cookie-Banner.

PRÜFPUNKT 08

WCAG-KRITERIUM

2.4.1
2.4.2

☐ ERFÜLLT

Wiederholte Inhalte überspringen und Seitentitel

Wiederkehrende Blöcke wie die Navigation lassen sich überspringen, etwa mit einem Link zum Hauptinhalt. Der Titel im Browser-Tab beschreibt den Inhalt oder Zweck der Seite.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Prüfen Sie nach dem Laden, wie Sie mit der Tastatur direkt zum Hauptinhalt gelangen. Vergleichen Sie die Titel mehrerer geöffneter Seiten.

PRÜFPUNKT 09

WCAG-KRITERIUM

2.2.2

☐ ERFÜLLT

Bewegung und Animationen

Bewegte, blinkende oder scrollende Inhalte, die automatisch starten, länger als fünf Sekunden laufen und neben anderem Inhalt stehen, müssen sich pausieren, stoppen oder ausblenden lassen. Eine Ausnahme gilt, wenn die Bewegung für die Funktion nötig ist.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Suchen Sie bei automatisch laufenden Slidern oder Animationen nach einer Pause- oder Stoppfunktion. Erreichen und bedienen Sie diese auch per Tastatur?

PRÜFPUNKT 10

WCAG-KRITERIUM

2.5.8

NEU IN WCAG 2.2

☐ ERFÜLLT

Klick- und Tippflächen

Interaktive Ziele sind mindestens 24 × 24 CSS-Pixel groß oder haben ausreichend Abstand. Für Links im Fließtext und weitere Sonderfälle gelten Ausnahmen.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Messen Sie kleine Symbolbuttons und ihre Abstände im Browser-Inspektor. Probieren Sie anschließend auf dem Smartphone aus, ob Sie benachbarte Ziele zuverlässig treffen.

PRÜFPUNKT 11

WCAG-KRITERIUM

3.1.1

☐ ERFÜLLT

Seitensprache

Die Hauptsprache ist im HTML angegeben, damit ein Screenreader passende Ausspracheregeln wählen kann.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Prüfen Sie im Browser-Inspektor das lang-Attribut des html-Elements, etwa lang=”de” für Deutsch oder lang=”en” für Englisch.

PRÜFPUNKT 12

WCAG-KRITERIUM

3.3.2

☐ ERFÜLLT

Beschriftungen und Hinweise in Formularen

Beschriften Sie Eingabefelder verständlich. Geben Sie bei Bedarf Hinweise zum Format und kennzeichnen Sie Pflichtfelder auch mit Text oder einem erklärten Symbol.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Füllen Sie ein Formular aus. Erkennen Sie vor dem Absenden, welche Felder Pflicht sind und in welchem Format zum Beispiel ein Datum eingegeben werden soll?

PRÜFPUNKT 13

WCAG-KRITERIUM

3.3.1
3.3.3

☐ ERFÜLLT

Fehlermeldungen

Wenn das System einen Eingabefehler erkennt, benennt es das betroffene Feld und erklärt den Fehler in Textform. Wenn ein Korrekturvorschlag bekannt ist, hilft er beim Beheben, sofern er den Zweck oder die Sicherheit des Ablaufs nicht gefährdet.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Senden Sie ein Formular mit einer fehlenden oder ungültigen Eingabe ab. Wissen Sie danach, welches Feld Sie wie korrigieren müssen?

PRÜFPUNKT 14

WCAG-KRITERIUM

4.1.2
4.1.3

☐ ERFÜLLT

Bedienelemente und Statusmeldungen

Assistive Technik kann Name, Rolle und gegebenenfalls Wert oder Zustand eines Bedienelements erkennen. Statusmeldungen wie „Artikel hinzugefügt“ sind für Screenreader verfügbar, ohne dass der Fokus dorthin springen muss.

> SO TESTEN SIE ES
>
> Legen Sie mit NVDA oder VoiceOver einen Artikel in den Warenkorb. Hören Sie die Bestätigung, während der Fokus auf dem bisherigen Element bleibt?

Eine vollständige Liste und Beispiele finden Sie beim W3C. Die Checkliste kennzeichnet die beiden Prüfpunkte, die ganz oder teilweise auf Kriterien aus WCAG 2.2 beruhen. WCAG 2.2 beim W3C · WCAG-Kriterien mit Erläuterungen

04 · ABLÄUFE

Formulare, Checkout und Cookie-Banner prüfen

Gehen Sie wichtige Abläufe von Anfang bis Ende durch. Versuchen Sie zum Beispiel, per Tastatur ein Produkt zu finden, eine Variante auszuwählen und bis zur Bestellübersicht zu gelangen.

- [ ] Öffnen und bedienen Sie den Cookie-Banner per Tastatur. Wenn er als modaler Dialog erscheint, prüfen Sie, ob der Fokus beim Öffnen in den Dialog wechselt und beim Schließen an eine sinnvolle Stelle zurückkehrt.
- [ ] Öffnen Sie Untermenüs ohne Maus und prüfen Sie, ob Sie mit der Tastatur alle Einträge erreichen.
- [ ] Wählen Sie Größe, Farbe und Menge ohne Maus aus. Prüfen Sie mit dem Screenreader, ob er die aktuelle Auswahl korrekt vorliest.
- [ ] Lösen Sie im Bestellprozess einen Fehler aus. Prüfen Sie, ob klar ist, was Sie korrigieren müssen. Zeitlimits müssen sich, soweit keine Ausnahme greift, abschalten, anpassen oder verlängern lassen.
- [ ] Testen Sie, ob ein Login das Einfügen von Zugangsdaten und Passwortmanager unterstützt. Prüfen Sie bei einem CAPTCHA, ob es ohne Bilderrätsel einen zugänglichen Weg zur Anmeldung gibt. WCAG 2.2 zur barrierefreien Anmeldung
- [ ] Testen Sie eingebundene Dienste wie Zahlungsformulare und Terminbuchung dort, wo sie im Ablauf erscheinen.

Auf der Website des Berliner Restaurants Amrit haben wir unter anderem auf deutliche Kontraste, eine logische Überschriftenstruktur und beschreibende Alternativtexte geachtet.

05 · SELBSTTEST

So testen Sie Ihre Website in 30 Minuten

Wählen Sie drei typische Seiten oder Schritte aus, etwa die Startseite, eine Produktseite und den Warenkorb. Wenn Sie Dienstleistungen anbieten, kann der dritte Schritt ein Kontakt- oder Buchungsformular sein.

SCHRITT 1

5 Min.

☐ ERLEDIGT

Automatischer Scan

Starten Sie Lighthouse in Chrome oder verwenden Sie axe DevTools. Notieren Sie, auf welcher Seite und an welchem Element ein Problem gemeldet wird.

SCHRITT 2

10 Min.

☐ ERLEDIGT

Tastaturtest

Legen Sie die Maus beiseite. Öffnen Sie das Menü mit der Tastatur und gehen Sie durch das Formular. Achten Sie darauf, ob der Fokus sichtbar bleibt und Sie aus Dialogen wieder herauskommen.

SCHRITT 3

5 Min.

☐ ERLEDIGT

Zoom und Smartphone

Vergrößern Sie die Seite im Browser auf 200 %. Prüfen Sie anschließend eine schmale Ansicht, zum Beispiel bei 320 CSS-Pixeln. Öffnen Sie die Seite auch auf einem Smartphone und achten Sie auf abgeschnittenen Text und schwer erreichbare Buttons.

SCHRITT 4

10 Min.

☐ ERLEDIGT

Screenreader-Stichprobe

Aktivieren Sie VoiceOver (macOS und iOS) oder NVDA (Windows). Springen Sie durch die Überschriften und schicken Sie ein Formular mit einer fehlenden Eingabe ab. Hören Sie, welches Feld betroffen ist und was Sie korrigieren müssen?

Wenn Sie eine Einschätzung von uns möchten, können Sie den kostenlosen Barrierefreiheits-Check anfragen.

06 · INFORMATIONS-PFLICHT

Informationen zur Barrierefreiheit veröffentlichen

Für Dienstleistungen, die unter das BFSG fallen, verlangt § 14 öffentlich zugängliche Informationen in barrierefreier Form. Sie können zum Beispiel eine eigene Seite im Footer verlinken oder die Informationen gut auffindbar in Ihren AGB bereitstellen. Nach Anlage 3 gehören, soweit zutreffend, diese Angaben hinein.

- [ ] Eine allgemeine Beschreibung der Dienstleistung in einem barrierefreien Format
- [ ] Eine Erklärung, wie die Dienstleistung funktioniert, soweit das zum Verständnis nötig ist
- [ ] Eine Beschreibung, wie die Dienstleistung die einschlägigen Anforderungen der BFSGV erfüllt
- [ ] Die Angabe der zuständigen Marktüberwachungsbehörde

Ein Kontaktweg für Rückmeldungen ist eine hilfreiche Ergänzung. Halten Sie Ihre Angaben aktuell und dokumentieren Sie intern, welche Seiten und Abläufe Sie wann geprüft haben.

Hier finden Sie die gesetzlichen Vorgaben und die zuständige Marktüberwachungsstelle. § 14 BFSG · Anlage 3 BFSG · Marktüberwachungsstelle der Länder (MLBF) · Bußgeldvorschriften in § 37 BFSG

07 · UMSETZUNG

Was bei der Umsetzung leicht übersehen wird

- Ein Widget für größere Schrift oder stärkeren Kontrast kann hilfreich sein. Wenn sich ein Menü nur mit der Maus öffnen lässt, muss die Tastaturbedienung im Menü selbst korrigiert werden.
- Prüfen Sie nach Änderungen an Navigation, Formularen oder Plugins erneut die Abläufe, die davon betroffen sind.
- Legen Sie Kontraste, sichtbare Fokusmarkierungen und Tastaturbedienung schon beim Entwurf fest. So können Sie die Komponenten früh testen.
- Denken Sie auch an Preislisten, Formulare oder Broschüren zum Download. Stellen Sie wichtige Informationen bei Bedarf zusätzlich als barrierefreie HTML-Seite bereit.
- Schreiben Sie so, dass klar ist, was hinter einem Link steckt. „Preisliste herunterladen“ hilft auch dann, wenn ein Screenreader den Link ohne den umgebenden Absatz vorliest.

08 · PRIORITÄTEN

Welche Barrieren sollten Sie zuerst beheben?

Fangen Sie dort an, wo Menschen gar nicht weiterkommen. Wenn sich ein Formular nur mit der Maus absenden lässt, beheben Sie das zuerst. Wiederholen Sie danach denselben Ablauf mit der Tastatur und prüfen Sie, ob er jetzt bis zum Ende funktioniert.

Wenn Sie Unterstützung bei der Bestandsaufnahme oder Umsetzung brauchen, helfen wir Ihnen als Agentur für barrierefreie Websites.
Wie eine schlanke Seitenstruktur in der Praxis aussehen kann, zeigen wir im Blogbeitrag zu Lightweight Websites.

Häufige Fragen zur barrierefreien Website

Für welche Websites gilt das BFSG?

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz gilt seit dem 28. Juni 2025 für bestimmte Produkte und Dienstleistungen für Verbraucherinnen und Verbraucher. Typische Beispiele sind Online-Shops, Buchungsportale und Online-Banking. Maßgeblich ist bei Online-Shops und Buchungsportalen, ob der digitale Dienst auf einen Verbrauchervertrag abzielt. Auch eine Online-Terminbuchung kann darunterfallen, wenn sie einen Vertrag vorbereitet. Reine B2B-Angebote und rein informative Websites fallen in der Regel aus diesem Anwendungsbereich. Kleinstunternehmen sind bei Dienstleistungen von den Barrierefreiheitsanforderungen ausgenommen, wenn sie weniger als zehn Personen beschäftigen und ihr Jahresumsatz oder ihre Jahresbilanzsumme höchstens zwei Millionen Euro beträgt.

Welche WCAG-Version sollten wir für unsere Website nutzen?

Für neue Websites und Überarbeitungen empfehlen wir WCAG 2.2 auf Stufe AA. Die ältere Fassung der EN 301 549 (V3.2.1) basiert bei Webinhalten auf WCAG 2.1, die im September 2026 veröffentlichte Fassung V4.1.1 auf WCAG 2.2. Das BFSG und die dazugehörige Verordnung regeln die gesetzlichen Pflichten. Ob eine Norm bei der Erfüllung dieser Pflichten eine sogenannte Konformitätsvermutung auslöst, hängt davon ab, ob ihre Fundstelle für den European Accessibility Act im EU-Amtsblatt veröffentlicht wurde und welche Anforderungen sie abdeckt.

Was passiert bei einem Verstoß gegen das BFSG?

Die Marktüberwachungsbehörde kann dem Anbieter eine Frist setzen, um Mängel zu beheben. Bleiben die Mängel trotz erneuter Aufforderung bestehen, kann sie das Angebot oder die Erbringung der Dienstleistung untersagen. Für bestimmte Verstöße, etwa das Anbieten einer Dienstleistung entgegen § 14 Absatz 1 BFSG, sieht § 37 ein Bußgeld von bis zu 100.000 Euro vor. Verbraucherinnen und Verbraucher können bei der zuständigen Behörde eine Prüfung beantragen.

Reicht ein automatischer Barrierefreiheitstest?

Nutzen Sie Werkzeuge wie Lighthouse, axe DevTools oder WAVE, um erste Auffälligkeiten zu finden. Ein Scan kann etwa auf fehlende Bildbeschreibungen oder zu schwache Kontraste hinweisen. Ob eine Bildbeschreibung sinnvoll ist, die Tab-Reihenfolge stimmt oder sich eine Bestellung mit dem Screenreader abschließen lässt, prüfen Sie am besten selbst. Auch 100 Punkte in Lighthouse reichen als Nachweis nicht aus. Besonders aufschlussreich sind Tests mit Menschen, die im Alltag assistive Technik nutzen.

Welche Informationen zur Barrierefreiheit verlangt das BFSG?

Wenn Ihre Dienstleistung unter das BFSG fällt, machen Sie die Informationen nach § 14 und Anlage 3 öffentlich und barrierefrei zugänglich. Beschreiben Sie die Dienstleistung, erklären Sie bei Bedarf, wie sie funktioniert, und erläutern Sie, wie sie die einschlägigen Anforderungen erfüllt. Geben Sie auch die zuständige Marktüberwachungsbehörde an. Die Informationen können in den AGB oder an einer anderen gut auffindbaren Stelle stehen. Eine eigene Seite mit einem Link im Footer ist eine praktische Lösung. Ein Kontaktweg für Rückmeldungen kann Besucherinnen und Besuchern zusätzlich helfen.

Was kostet es, eine Website barrierefrei zu machen?

Das hängt davon ab, welche Teile Ihrer Website angepasst werden müssen. Einen zu schwachen Textkontrast oder eine fehlende Feldbeschriftung kann man oft schnell korrigieren. Mehr Arbeit steckt in einem Menü, das sich nur mit der Maus bedienen lässt, oder in einem Bestellprozess, der an mehreren Stellen überarbeitet werden muss. Eine Bestandsaufnahme zeigt, welche Korrekturen zuerst anstehen und ob es sinnvoll ist, einzelne Komponenten neu zu entwickeln. Bei einer neuen Website lassen sich barrierefreie Komponenten und die nötigen Tests von Anfang an einplanen.

09 · QUELLEN

Gesetze, Normen und Erläuterungen

- **Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG)**
  https://www.gesetze-im-internet.de/bfsg/
- **European Accessibility Act**
  https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj
- **FAQ der Bundesfachstelle Barrierefreiheit**
  https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/FAQ/faq_node
- **FAQ zum elektronischen Geschäftsverkehr**
  https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/FAQ-elektronischer-Geschaeftsverkehr/faq-elektronischer-geschaeftsverkehr_node
- **Verordnung zum BFSG (BFSGV)**
  https://www.gesetze-im-internet.de/bfsgv/
- **Normenübersicht der Bundesfachstelle Barrierefreiheit**
  https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/Normen-und-Standards/normen-und-standards_node

- **Einordnung von AccessibleEU**
  https://accessible-eu-centre.ec.europa.eu/content-corner/news/european-accessibility-standard-en-301-549-has-been-updated-2026-09-07_en
- **WCAG 2.2 beim W3C**
  https://www.w3.org/TR/WCAG22/
- **WCAG-Kriterien mit Erläuterungen**
  https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/
- **WCAG 2.2 zur barrierefreien Anmeldung**
  https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/accessible-authentication-minimum.html
- **§ 14 BFSG**
  https://www.gesetze-im-internet.de/bfsg/__14.html
- **Anlage 3 BFSG**
  https://www.gesetze-im-internet.de/bfsg/anlage_3.html
- **Marktüberwachungsstelle der Länder (MLBF)**
  https://www.mlbf-barrierefrei.de/
- **Bußgeldvorschriften in § 37 BFSG**
  https://www.gesetze-im-internet.de/bfsg/__37.html

Die ausführliche Fassung mit Hinweisen zu Aktualisierungen finden Sie online: ivis.media/aktuelles/barrierefreie-website-checkliste

Sie möchten wissen, wo Ihre Website steht?

Wir prüfen Ihre wichtigsten Seiten und Abläufe und sagen Ihnen, welche Barrieren Sie zuerst beheben sollten. Den kostenlosen Barrierefreiheits-Check können Sie online anfragen: ivis.media/barrierefreie-website-check

ANBIETER	IVIS MEDIA Berlin
ADRESSE	Mühsamstraße 34, 10249 Berlin
TELEFON	(030) 343 490 42
E-MAIL	kontakt@ivis.media
WEB	www.ivis.media