

Barrierefreiheit im E-Commerce: Worauf Sie als Händler achten sollten

BFSG (Barrierefreiheitsstärkungsgesetz)



Verpflichtende Barrierefreiheit
im E-Commerce (B2C)



INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	1
Key-Facts im Überblick	2
BARRIEREFREIHEIT IM WEB.....	3
Barrierefreiheit.....	3
Relevanz für Online-Shop-Betreiber	4
1. Rechtliche Anforderungen.....	4
2. Erweiterung der Zielgruppe.....	4
3. Verbesserte Benutzererfahrung	4
4. Suchmaschinenoptimierung (SEO).....	4
5. Markenimage.....	4
RICHTLINIEN	6
Web Content Accessibility Guidelines (WCAG).....	6
Konformitätsstufen.....	6
Zu beachtende Aspekte	7
Wahrnehmbarkeit.....	7
Bedienbarkeit	9
Verständlichkeit.....	10
Robustheit.....	10
ANWENDUNG IM OSG Trade.....	11
OSG-Trade Shopsystem	11
Responsivität / Layout.....	11
Textinhalte	11
Formulare.....	13
Navigationselemente / Interaktive Inhalte	13
Bilder.....	14
Video und Audio.....	14
Tabellen	16
Bewegte Inhalte / Animation	17
Widgets & Plugins	17
Dokumente	17
KONTROLLIEREN DER BARRIEREFREIHEIT	18
Test-Tools	18
Manuelle Tests.....	18
FAZIT	19

Ab dem **29.06.2025** werden Betreiber von Onlineshops zu diversen Maßnahmen verpflichtet, welche darauf abzielen Onlineshops so zu gestalten, dass eine Nutzung auch Menschen mit Behinderungen ohne Erschwernis ermöglicht wird.

Welche Vorgaben dies im Einzelnen sind, welche Hintergründe diese haben und vor allem, wie Sie Ihre Onlinefiliale OSG Trade barrierefrei gestalten und Ihre vorgenommenen Anpassungen prüfen, erläutern wir Ihnen auf den folgenden Seiten.

EINLEITUNG

Das Internet – unser täglicher Begleiter. Aus der heutigen Gesellschaft ist es nicht mehr wegzudenken. Mit wenigen Klicks bestellen wir online jeden Artikel, den wir uns erträumen können.

Doch wie ist das für Menschen, deren Sicht oder Motorik eingeschränkt ist? Laut der Weltgesundheitsorganisation haben etwa eine Billionen Menschen weltweit eine Art von Behinderung, was um die 15% der Weltbevölkerung ausmacht. Auch diese Menschen sollten von den vielen Vorteilen des Internets profitieren und sich ohne menschliche Hilfe online Waren bestellen können.

Aus diesem Grund ist eine EU-Richtlinie in Kraft getreten, die besagt, dass jede E-Commerce Plattform bis zum 29. Juni 2025 barrierefrei sein muss. Doch was bedeutet das für Sie als Shopbetreiber?

Für Betreiber von Online-Shops ist es entscheidend, sich frühzeitig auf diese neuen Anforderungen vorzubereiten. Die Umsetzung der Barrierefreiheit kann nicht nur rechtliche Risiken minimieren, sondern auch das Einkaufserlebnis für alle Kunden verbessern und eine breitere Zielgruppe ansprechen.

Das OSG-Trade Shopsystem ist von Grund auf bereits barrierefrei. Doch durch die zahlreichen Individualisierungsmöglichkeiten, die den Shop zu Ihrem Shop machen, können sich neue Probleme in der Barrierefreiheit einschleichen.

Wir erklären, auf welche Punkte Sie achten sollten, um sicher zu stellen, dass auch Ihr Shop von ausnahmslos jedem ohne Einschränkungen genutzt werden kann und dieser den Vorgaben entspricht.

KEY-FACTS IM ÜBERBLICK

→ Wann tritt das BFSG in Kraft und für wen?

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz gilt für Produkte und Dienstleistungen, welche nach dem 28.06.2025, also ab dem 29.06.2025 in Verkehr gebracht werden.

Onlineshops, welche ihr Angebot an Verbraucher richten, haben die neuen Barrierefreiheitsanforderungen daher grundsätzlich zum 29.06.2025 zu erfüllen.

→ Ist die E-Commercelösung OSG Trade an sich barrierefrei?

Ja, unsere E-Commercelösung OSG Trade entspricht bereits den neuen Anforderungen.

Sollten wir, trotz höchster Sorgfalt, etwas übersehen haben, so schreiben Sie uns gerne an:

barrierefrei@osgmbh.de

→ B2B ausgeschlossen?

Grundsätzlich ja. ABER: Nach gesetzgeberischer Intention gilt dieser Ausschluss lediglich, wenn der Shop eindeutig als B2B-Shop gestattet und als solcher deklariert ist. Dies bedeutet, dass bei jedem Seitenaufruf eindeutig zu erkennen sein muss, dass sich sowohl Präsentation als auch Angebote ausschließlich an Unternehmer richten und keine Vertragsschlüsse mit Verbrauchern erfolgen.

Da die vorgenommenen Anpassungen Menschen mit Einschränkungen zu Gute kommen und diese Menschen sich nicht nur auf Verbraucherebene befinden, ist unsere B2B-Lösung

ebenfalls bereits komplett auf Barrierefreiheit ausgelegt.

Die für die Barrierefreiheit nötigen Änderungen haben wir nicht nur für unsere B2C- sondern auch für unsere B2B-Lösung umgesetzt, sodass Sie auch als B2B-Shop Betreiber davon profitieren können.

Als B2B-Verkäufer haben Sie also die Chance diese Verbesserung zu nutzen und die B2C notwendigen Anpassungen ebenso anzupassen. Ihre Kunden werden es Ihnen danken.

→ Ausnahme:

Kleinstunternehmen sind gemäß §3 Abs. 3 BFSG von den Pflichten befreit.

Nach § 2 Nr. 17 BFSG gelten als Kleinstunternehmen, jene, welche

- weniger als 10 Personen beschäftigen
- entweder einen Jahresumsatz von max. 2 Millionen € erzielen oder deren Jahresbilanzsumme sich auf höchstens 2 Millionen beläuft.

→ Warum werden die notwendigen Anpassungen nicht im Rahmen meines Supportvertrages durch den Softwarehersteller übernommen?

Die Verantwortung für die dargestellten Inhalte liegt grundsätzlich beim Betreiber selbst.

Sollte eine Anpassung Ihrerseits auf Grund technischer Begebenheiten nicht möglich sein, so würde dies wieder in unseren Zuständigkeitsbereich fallen und gerne prüfen wir dies für Sie.

Wir weisen ausdrücklich daraufhin hin, dass alle Angaben ohne Gewähr auf Vollständigkeit erfolgen. Ebenso weisen wir darauf hin, dass unsere Empfehlungen keine Rechtsberatung darstellen oder ersetzen.

BARRIEREFREIHEIT IM WEB

Barrierefreiheit

Während es im Kaufhaus Rampen oder Aufzüge gibt, um alle Bereiche für jeden zugänglich zu machen, wird das Thema Barrierefreiheit im Netz oftmals noch vernachlässigt. Das liegt unter anderem daran, dass die Betreiber der Website nicht das nötige Wissen mitbringen und sich so typische Fehler einschleichen.

„(...) Nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) spricht man von Barrierefreiheit, wenn Menschen mit und ohne Behinderung eine von Menschen gestaltete Umwelt gleichermaßen nutzen können.“

- Bundesfachstelle Barrierefreiheit ¹

Die Firma WebAIM bewertet unter Verwendung ihrer eigenständigen WAVE-API jährlich die Barrierefreiheit der Startseiten von 1.000.000 Webseiten. WAVE erkennt Zugänglichkeitsbarrieren für Endbenutzer und Konformitätsfehler bei den Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (WCAG). Die Ergebnisse bieten einen Einblick in den Stand der Barrierefreiheit im Internet.

Shopping-Seiten schneiden mit durchschnittlich 72,9 Fehlern auf der Startseite noch als eine der am wenigsten barrierefreien Website-Kategorien ab. (Stand Februar 2022) ²

Dabei bringt vor allem das Online Shopping eine Vielzahl an Vorteilen mit sich, die keinem Menschen verwehrt bleiben sollten.



RELEVANZ FÜR ONLINE-SHOP-BETREIBER

Für Online-Shop-Betreiber sind die WCAG-Standards aus mehreren Gründen relevant:

1. Rechtliche Anforderungen

Ab dem 28. Juni 2025 tritt die EU-Richtlinie über digitale Barrierefreiheit (EU-Richtlinie 2016 / 2102) in Kraft, die auch spezifische Anforderungen für Online-Shops und E-Commerce-Plattformen beinhaltet. Diese Richtlinie zielt darauf ab, die Barrierefreiheit von Websites und mobilen Anwendungen im gesamten digitalen Sektor zu verbessern.

2. Erweiterung der Zielgruppe

Eine barrierefreie Website ermöglicht es einer breiteren Nutzerbasis, Ihre Produkte zu kaufen. Menschen mit Behinderungen stellen einen signifikanten Teil der Bevölkerung dar, und ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen kann den Umsatz steigern.

3. Verbesserte Benutzererfahrung

Die Umsetzung von WCAG-Richtlinien verbessert nicht nur die Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen, sondern auch die allgemeine Benutzererfahrung für alle Nutzer. Eine gut strukturierte und leicht navigierbare Website führt oft zu höheren Konversionsraten.

4. Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Viele der Prinzipien der Barrierefreiheit stimmen mit Best Practices für SEO überein. Eine barrierefreie Website kann daher auch ein besseres Ranking in Suchmaschinen-Ergebnissen haben.

Etwa 15 % der Weltbevölkerung leben mit einer Form von Behinderung
- WHO ³

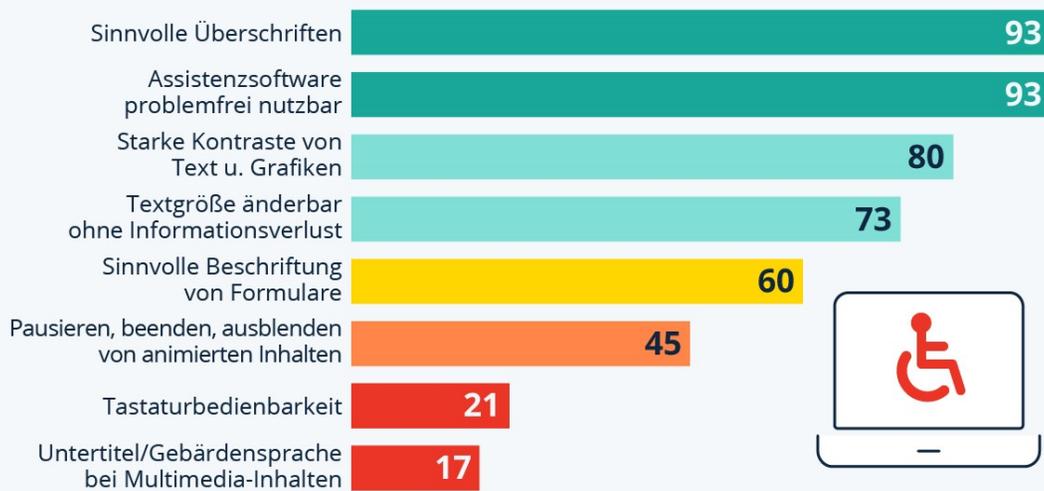
5. Markenimage

Die Einhaltung der Richtlinien wird zunehmend als Teil der Unternehmensverantwortung angesehen. Unternehmen, die sich um Barrierefreiheit bemühen, zeigen, dass Sie Wert auf Inklusion legen, was das Markenimage positiv beeinflussen kann.

Insgesamt sollten Sie als Online-Shop-Betreiber proaktiv handeln und Ihren Shop entsprechend anpassen, um den bevorstehenden gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden und gleichzeitig eine positive Nutzererfahrung zu gewährleisten.

Viele Onlineshops sind nicht barrierefrei

Anteil der untersuchten Onlineshops, die folgende Kriterien für Barrierefreiheit erfüllen (in %)*



* Prozentangaben beziehen sich nur auf den Anteil der Shops, bei denen ein bestimmtes Merkmal vorliegt (z.B. von 15 untersuchten Shops haben 6 Videoinhalte, davon haben 17% (1) Untertitel
Basis: bei Tastaturbedienbarkeit wurden 71 Onlineshops mit hoher Reichweite untersucht, bei allen anderen Kategorien sind es 15 Onlineshops

Quelle: Aktion Mensch



RICHTLINIEN

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)

Die **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)** sind international standardisierte Richtlinien. Diese wurden entwickelt, um sicherzustellen, dass Webinhalte für alle Menschen zugänglich sind, insbesondere für Personen mit Behinderungen. Die WCAG wurden vom World Wide Web Consortium (W3C) erstellt und bieten eine umfassende Anleitung zur Verbesserung der Barrierefreiheit von Web-Auftritten.

Konformitätsstufen

Die WCAG unterteilt die Anforderungen in drei Konformitätsstufen:

1. Level A (Minimal):

Dies ist die niedrigste Stufe und umfasst die wichtigsten Anforderungen, die erfüllt werden müssen, um grundlegendste Zugänglichkeit zu gewährleisten.

Beispiele: Bereitstellung von Textalternativen für Bilder und sicherstellen, dass alle Funktionen über die Tastatur zugänglich sind.

2. Level AA (Standard):

Diese Stufe baut auf Level A auf und enthält weitere, relevante Kriterien zur Verbesserung der Zugänglichkeit.

Beispiele: Sicherstellen eines ausreichenden Farbkontrasts zwischen Text und Hintergrund sowie das Bereitstellen von Untertiteln für Videos.

Level AA wird häufig als **Mindeststandard** für gesetzliche Anforderungen angesehen.

3. Level AAA (Höchste Stufe):

Dies ist die strengste Stufe mit den umfassendsten Anforderungen zur Barrierefreiheit. Beispiele: Bereitstellung von Gebärdensprache für alle Audioinhalte und extrem hohe Kontraste.

Obwohl es wünschenswert ist, diese Standards zu erreichen, ist es in der Praxis oft schwierig und nicht immer notwendig.



Während die WCAG-Standards insgesamt wichtig sind, ist es für Online-Shop-Betreiber in der Regel sinnvoller, sich auf die Erfüllung der Level A und AA-Kriterien zu konzentrieren. Diese bieten einen soliden Rahmen zur Verbesserung der Zugänglichkeit und erfüllen gleichzeitig die gesetzlichen Anforderungen sowie die Bedürfnisse einer breiten Nutzerbasis. Das Streben nach vollständiger Übereinstimmung mit den AAA-Kriterien kann zwar lobenswert sein, ist jedoch oft nicht praktikabel oder notwendig für den Erfolg eines Online-Shops.

ZU BEACHTENDE ASPEKTE

Die Aspekte der WCAG, die Sie beachten sollten, um den A- und AA-Standards zu entsprechen:

Wahrnehmbarkeit

→ Textalternativen:

Für alle nicht-textuellen Inhalte (wie Bilder, Diagramme oder Videos) sollten Sie Textalternativen bereitstellen. Diese Alternativen sollten den Inhalt und die Funktion des Bildes beschreiben.

Textalternativen helfen blinden oder sehbehinderten Nutzern, den Inhalt visuell wahrzunehmen, indem sie Screenreader verwenden, um die Informationen zu hören.

→ Zeitbasierte Medien:

Bei Videos und Audiodateien ist es wichtig, Untertitel und Transkripte anzubieten. Untertitel helfen gehörlosen oder schwerhörigen Nutzern, während Transkripte eine vollständige schriftliche Darstellung des Inhalts bieten. Gehörlose und schwerhörige Menschen benötigen Untertitel, um den gesprochenen Inhalt zu verstehen, während Transkripte auch für Nutzer hilfreich sind, die Informationen in schriftlicher Form bevorzugen.

→ Anpassbare Inhalte:

Ihr Layout sollte sich ohne Informations- oder Funktionsverlust an verschiedene Bildschirmgrößen (Smartphones, Tablets, Desktops) anpassen.

Nutzer sollten in der Lage sein, die Darstellung von Inhalten anzupassen, z.B. durch Ändern der Schriftgröße oder der Farben. Erlauben Sie

Nutzern das Vergrößern des Textes bis zu 200% (z.B. per Browser-Zoom) bei einer Bildschirmbreite von maximal 1280px, ohne dass dies zu einem Verlust von Funktionalität führt (z.B., dass Texte überlappen).

Menschen mit Sehbehinderungen oder Leseschwierigkeiten profitieren von anpassbaren Inhalten, da sie die Darstellung nach ihren individuellen Bedürfnissen gestalten können.

→ Kontrastverhältnis:

Der Kontrast zwischen Text und Hintergrund sollte ausreichend hoch sein (mindestens 4.5:1 für normalen Text und 3:1 für großen Text), um sicherzustellen, dass der Text für Menschen mit Sehbehinderungen gut lesbar ist. Ein hohes Kontrastverhältnis verbessert die Lesbarkeit für Personen mit Sehbehinderungen wie Farbblindheit oder anderen visuellen Einschränkungen.

→ Vermeidung von Flackerinhalten:

Inhalte, die mehr als dreimal pro Sekunde flackern oder blitzen, können bei Menschen mit bestimmten neurologischen Erkrankungen Anfälle auslösen. Daher sollten solche Inhalte vermieden werden.

Personen mit Epilepsie oder anderen neurologischen Störungen können durch flackernde Inhalte gefährdet werden; deren Vermeidung schützt diese Nutzer.

Die unterschiedlichen Einschränkungen erfordern ein Verständnis für die Bedürfnisse der Nutzer, um eine inklusive digitale Umgebung zu schaffen. Die Bilder auf der folgenden Seite simulieren verschiedene Sehbehinderungen, wobei dies nur ein paar Beispiele sind und Beeinträchtigungen vielfältig und unterschiedlich stark ausgeprägt sein können.

Das Standard Layout von OSG-Trade ist responsiv und lässt sich problemlos vergrößern. Zum Vergleich sehen Sie hier zwei Screenshots mit derselben Displaygröße ohne Zoom und mit 200% Zoom.

Ohne Zoom:

„Normale“ Sicht:



Farbenblindheit



OSG Trade

Suchbegriff

Anmelden Warenkorb

9,95 €

Lieferzeit ✓ auf Lager

pro Pack | inkl. MwSt. | zzgl. [Versand](#)

Verpackungsmenge: 1 Pack

IN DEN WARENKORB

ARTIKEL MERKEN

ARTIKEL VERGLEICHEN

Es gelten unsere [Gewährleistungsbestimmungen](#)

Fragen zum Produkt?

Ansprechpartner:

Anton Ansprechpartner
OSG neue Medien mbH
044135042300
sfunk@osgbmh.de

PRODUKTINFORMATIONEN

Das dunkle Holzoptik-Laminat ist besonders elegant und verleiht jedem Raum eine warme und luxuriöse Atmosphäre. Die tiefen Brauntöne und die natürliche Maserung des Holzes sorgen für ein ansprechendes Erscheinungsbild. Dieses Laminat ist robust, leicht zu reinigen und ideal für Wohnräume, Büros oder Geschäfte, die einen Hauch von Eleganz suchen.

PRODUKTEIGENSCHAFTEN

Artikelnummer: yE17217563

Gruppe: Laminat

Mit 200% Zoom:

Katarakt (Grauer Star)



Makuladegeneration



OSG Trade

Suchbegriff

Anmelden Warenkorb

9,95 €

Lieferzeit ✓ auf Lager

pro Pack | inkl. MwSt. | zzgl. [Versand](#)

Verpackungsmenge: 1 Pack

IN DEN WARENKORB

ARTIKEL MERKEN

ARTIKEL VERGLEICHEN

Es gelten unsere [Gewährleistungsbestimmungen](#)

Fragen zum Produkt?

Bedienbarkeit

→ Tastaturzugänglichkeit:

Alle Funktionen auf der Website müssen über die Tastatur zugänglich sein. Dies bedeutet, dass Nutzer alle interaktiven Elemente (Links, Formulare usw.) ohne Maus bedienen können müssen.

Menschen mit motorischen Einschränkungen oder Behinderungen nutzen häufig Tastaturbefehle anstelle einer Maus zur Navigation.

→ Fokusmanagement:

Der visuelle Fokus sollte klar sichtbar und logisch durch die Seite navigieren. Wenn ein Nutzer Tabulator drückt, sollte er leicht erkennen können, welches Element gerade fokussiert ist.

Dies hilft sehbehinderten Nutzern sowie denen, die nur die Tastatur verwenden, sich besser auf der Seite zurechtzufinden.

Klar ersichtlicher Fokus



→ Navigationshilfen:

Klare Navigationshilfen wie Überschriftenstrukturen (z.B. <h1>, <h2>) und Listen helfen Nutzern dabei, sich auf der Seite zurechtzufinden und Informationen schnell zu finden.

Eine klare Struktur unterstützt alle Nutzer – insbesondere solche mit kognitiven Beeinträchtigungen – beim Verständnis und der Orientierung auf der Website.

→ Eingabeverfahren:

Die Website sollte verschiedene Eingabemethoden unterstützen (z.B. Maus, Touchscreen). Dies stellt sicher, dass Nutzer mit unterschiedlichen Fähigkeiten problemlos interagieren können.

Menschen mit unterschiedlichen motorischen Fähigkeiten benötigen möglicherweise alternative Eingabemethoden zur Interaktion mit digitalen Inhalten.

→ Formularelemente beschriften:

Alle Formularelemente sollten klar beschriftet sein; Labels sollten direkt mit den entsprechenden Eingabefeldern verknüpft werden.

Klare Beschriftungen sind entscheidend für Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen sowie für Screenreader-Nutzer zur korrekten Identifizierung von Eingabefeldern.

Verständlichkeit**→ Lesbarkeit:**

Verwenden Sie klare und einfache Sprache; vermeiden Sie Fachjargon oder erklären Sie ihn gegebenenfalls. Dies hilft Nutzern mit unterschiedlichen Sprachkenntnissen oder kognitiven Fähigkeiten.

Eine einfache Sprache erleichtert das Verständnis für Menschen mit Lernschwierigkeiten sowie für Nicht-Muttersprachler.

→ Konsistenz:

Halten Sie das Layout und die Navigation konsistent auf der gesamten Website. Wenn Nutzer wissen, wo sie bestimmte Informationen finden können oder wie sie sich bewegen müssen, verbessert dies ihre Erfahrung erheblich. Konsistenz hilft allen Nutzern – insbesondere jenen mit kognitiven Beeinträchtigungen – sich schneller zurechtzufinden und Verwirrung zu vermeiden.

Robustheit**→ Kompatibilität mit assistiven Technologien:**

Stellen Sie sicher, dass Ihre Inhalte mit gängigen Screenreadern und anderen assistiven Technologien kompatibel sind. Dies kann durch Tests mit verschiedenen Tools erreicht werden.

Die Kompatibilität gewährleistet den Zugang zu Informationen für blinde und sehbehinderte Nutzer sowie andere Personen, die auf assistive Technologien angewiesen sind.

→ Semantisches HTML:

Verwenden Sie HTML in seiner vorgesehenen Funktion zur Strukturierung Ihrer Inhalte. Semantisches HTML verbessert die Zugänglichkeit für assistive Technologien wie Screenreader und ermöglicht es diesen Geräten besser zu interpretieren, welche Art von Inhalt vorliegt (z.B., Überschriften vs. Absätze), was besonders wichtig für alle Benutzergruppen ist.

→ Vorhersehbarkeit:

Interaktionen sollten vorhersehbar gestaltet sein; wenn ein Nutzer auf einen Link klickt oder ein Formular absendet, sollte er genau wissen, was als Nächstes passiert.

Vorhersehbarkeit reduziert Unsicherheiten für alle Benutzer und ist besonders wichtig für Menschen mit kognitiven Einschränkungen.

→ Hilfestellungen:

Bieten Sie Anleitungen oder Hinweise zur Nutzung von Formularen oder interaktiven Elementen an. Beispielsweise könnten Platzhaltertexte in Eingabefeldern nützlich sein.

Hilfestellungen unterstützen alle Nutzer – insbesondere jene mit Lernschwierigkeiten – beim Ausfüllen von Formularen und bei der Nutzung interaktiver Elemente.



ANWENDUNG IM OSG TRADE

OSG-Trade Shopsystem

Das grundlegende OSG-Trade Shop Frontend ist im B2C, sowohl auch im B2B Bereich bereits barrierefrei, allerdings müssen auch alle individuellen Inhalte für jeden gleichermaßen nutzbar sein. Dafür ist jeder Shop-Betreiber selbst verantwortlich. Überprüfen Sie die Inhalte in Ihren angepassten Content-Bereichen und Ihre individuellen Shop Styles auf die folgenden

Punkte. Durch Anpassungen der dortigen Inhalte können Sie die Barrierefreiheit – sofern das noch nicht der Fall ist – sicherstellen.

Auf den folgenden Seiten erläutern wir Ihnen worauf Sie achten müssen und wie Sie Ihre Inhalte in unserer E-Commercelösung OSG Trade barrierefrei darstellen.

Responsivität / Layout

- Vermeiden Sie feste Breiten, damit keine Inhalte auf kleineren Bildschirmen abgeschnitten oder nicht richtig angezeigt werden.
- Interaktive Elemente sollten groß genug sein und ausreichend Abstand zueinander haben, um sie auf Touchscreens leicht bedienen zu können.
- Verwenden Sie CSS, dass Ihre Elemente für verschiedene Fensterbreiten anpasst. Dieses können Sie Sie unter *Einstellungen > Shop Layout > CSS Editor* anpassen.

```
img {
    max-width: 100%;
}

@media (max-width: 480px) {
    /* CSS-Styles, die nur auf Handy-
    bildschirmen angewendet werden */
}
```



Textinhalte

- Der Kontrast zwischen Text und Hintergrund sollte mindestens 4,5:1 für normalen Text (unter 18pt) und 3:1 für großen Text (18pt oder größer) betragen.

Ganze 83.9% der von WebAIM getesteten Webseiten haben Texte mit ungenügend Kontrast zum Hintergrund auf ihrer Startseite, was dies zum häufigsten Fehler in der Barrierefreiheit macht.²

- Verwenden Sie Tools wie den WebAIM Contrast Checker oder andere Online-Tools, um das Kontrastverhältnis Ihrer Farbkombinationen zu überprüfen. Unter „Kontrollieren der Barrierefreiheit“ empfehlen wir ein paar praktische Tools, welche Ihnen hierbei weiterhelfen können.
- Überschriften sollten richtig genutzt werden. Jede Seite benötigt genau eine Hauptüberschrift (<h1>). Bei OSG-Trade tragen Sie diese Überschrift in der Bearbeitung der jeweiligen Content-Seite (*Einstellungen > Content-Seiten verwalten*) als "Überschrift der Seite" ein und diese wird dann automatisch am Seitenanfang als <h1> platziert.

Überschrift der Seite

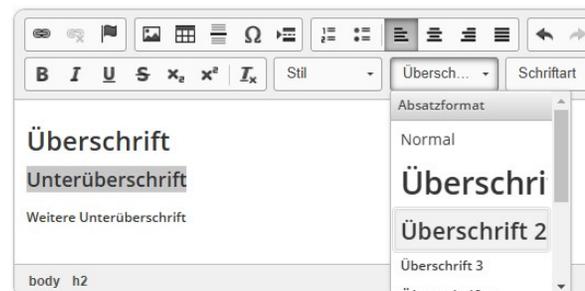
Dies ist der Name, der in der Navigation angezeigt wird und als Hauptüberschrift auf der Seite platziert wird. Dieser Name kann in jeder Sprache angepasst werden.

Überschrift

- Alle weiteren Überschriften sind als Unterüberschriften auszuzeichnen, hierfür gibt es je nach Relevanz die HTML-Tags <h2>

<h3>, <h4> usw. Diese können jeweils mehrfach vorkommen.

- Mit dem WYSIWYG-Editor im OSG-Trade Shopsystem können Sie diese Headlines auch ohne HTML-Kenntnisse einsetzen, indem Sie unter "Überschrift" die jeweilige Art auswählen. Unten sehen Sie außerdem welches Tag das Element hat, bei dem Sie Ihre Eingabe gerade befindet.



- Hier können Sie ebenfalls eine Hauptüberschrift (<h1>) vergeben. Achten Sie dann jedoch darauf, dass Sie das Feld "Überschrift der Seite" per CSS ausblenden.
- Informationen sollten nicht ausschließlich durch Farbe vermittelt werden. Verwenden Sie zusätzlich Symbole, Muster oder Textelemente, um Informationen zu übermitteln.
- Stellen Sie sicher, dass die Schriftgröße ausreichend groß ist (mindestens 16px wird empfohlen). Passen Sie dies ggf. in Ihrem Shop Layout an.

```
body {
  font-size: 16px;
  color: #000000;
}
```

Formulare

Die im Shop vorhandenen Formulare (z.B. Kontakt, Registrierung) sind bereits ohne Ihr Zutun barrierefrei nutzbar. Falls Sie manuell weitere Formulare in Ihrem Shop einbinden möchten, sollten Sie auch hier auf eine barrierefreie Umsetzung achten.

- Jedes Eingabefeld sollte ein zugehöriges **<label>** haben, das mit dem **for**-Attribut auf das entsprechende Eingabefeld verweist. Das betrifft jedes **<input>** Element außer jene mit den Typen "button", "submit" oder "reset". Diese sollten Text innerhalb des value-Attributs beinhalten. Auch ein verstecktes Input-Feld mit dem Typ "hidden" benötigt kein Label.
- Wenn spezielle Formate oder Anforderungen bestehen (z.B. Datumsangaben), geben Sie klare Anweisungen zur Verwendung des Formulars an.
- Falls Sie ein Formular mit dem **Formular-generator** des Shops erstellen, achten Sie darauf die Bezeichnung für jedes Feld zu füllen und bei Radiobuttons und Checkboxes außerdem Werte anzugeben. Diese werden dann automatisch als Label genutzt.
- Falls Sie die im Shop vorhandenen Formulare mit einem Captcha schützen wollen, nutzen Sie gerne unsere Captcha App. Über diese können Sie unter anderem das barrierefreie Friendly Captcha einbinden. Richten Sie hierzu die Captcha-Anbindung selbst beim Anbieter ein und hinterlegen Sie die erhaltenen Daten in der OSG Trade Captcha App. Sie können natürlich gerne weitere Anbindungen bei uns anfragen.

```
<label for="datum">Datum:</label>
```

```
<input type="text" id="datum" name="date" placeholder="DD.MM.YYYY">
```

```
<!-- Bei einem Button mit Value-Text, benötigt man kein zusätzliches Label -->
```

```
<input type="submit" value="Absenden" name="submit" />
```

FORMULARGENERATOR

	Bezeichnung	* Typ	Werte	Eingabeprüfung	
Kontaktformular  	<input type="text" value="Name"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Text	<input type="text" value="Name"/>	Keine Prüfun	 
	<input type="text" value="E-Mail Adresse"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Text	<input type="text" value="E-Mail Adresse"/>	Mail	 
	<input type="text" value="Geschlecht"/>	<input type="checkbox"/> Radiol	Mann;Frau;Dive	Keine Prüfun	 
	<input type="text" value="Geburtsdatum"/>	<input type="checkbox"/> Datum	01.01.2025	Keine Prüfun	 
	<input type="text" value="Thema"/>	<input type="checkbox"/> Select	Bestellung;Kont	Keine Prüfun	 
	<input type="text" value="Nachricht"/>	<input type="checkbox"/> Textar	Ihre Nachricht	Keine Prüfun	 
	<input type="text" value="Datenschutz"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Check	Ich akzeptiere d	Keine Prüfun	 

Navigationselemente / Interaktive Inhalte

- Jedes Navigationselement muss per Tabulator-Taste (**Tab**) ansteuerbar sein. Dazu zählen nicht nur Verlinkungen zu weiteren Seiten, sondern auch jede Art von Eingabefeld, Buttons, sowie alle weiteren Elemente, die normalerweise per Maus klickbar sind. Die komplette Seite sollte uneingeschränkt ohne Maus nutzbar sein.
- Damit der Nutzer auch sieht, welches Element er aktuell mit der Tab-Taste anvisiert hat, sollte der **Focus** von diesen Elementen erkennbar sein. Im Shopsystem wird der Focus beim Tabben durch einen gepunkteten dunklen Rahmen gekennzeichnet und kann nach Bedarf in Ihrem CSS angepasst werden.
- Auch ohne Hover oder Focus sollten interaktive Elemente (z.B. Verlinkungen) sich deutlich vom restlichen Text unterscheiden. Standardmäßig sind Links daher im Rahmen der Barrierefreiheit im OSG Trade unterstrichen. Um sicherzustellen, den Anforderungen an die Barrierefreiheit gerecht zu bleiben, empfehlen wir keine Änderungen daran vorzunehmen.
- Ändern Sie dieses CSS-Styling nur, wenn Verlinkungen anderweitig und durch mehr als Farbunterschiede hervorgehoben werden.
- Es sollte immer semantisches HTML verwendet werden: Buttons (**<button>**) lösen eine Funktion aus und Links (**<a>**) öffnen einen Link.
- Die Funktion aller interaktiven Element sollte textlich vermittelt werden. Damit auch Buttons oder Links, die nur ein Bild oder Icon beinhalten sollen, trotzdem beschreibenden Text enthalten, kann dieser „versteckt“ werden (siehe Beispiel). Die Klasse **"hideIt"** kommt aus dem Shop und bewirkt, dass das Element optisch nicht dargestellt wird, aber von Assistenzsoftware weiterhin wahrgenommen wird.
- Wenn ein Link sich in einem neuen Tab oder Fenster öffnet, sollte dies für Menschen, die z.B. einen Screenreader benutzen, ebenfalls vermittelt werden.

```
<!-- Der Button (hier ein Bild) öffnet ein Popup mit Versandinformationen -->
<button onclick="popup();">
  
  <span class="hideIt">Der Button öffnet ein Popup</span>
</button>
```

```
<!-- Der Hinweis auf den neuen Tab wird durch die Klasse hideIt nicht dargestellt, aber von Assistenzsoftware (z.B. Screenreader) berücksichtigt -->
<a href="www.link.de" target="_blank">
  Gehe zur Website link.de
  <span class="hideIt">Der Link wird in einem neuen Tab geöffnet</span>
</a>
```

```
<!-- Der Link besteht nur aus einem Icon, daher steht der Linkzweck im Label -->
<a href="tel:+4944135042300" aria-label="Bei der OSG Neue Medien mbH anrufen">
  <i class="telefon-icon"></i>
</a>
```

Bilder

- Jedes Bild braucht einen Alternativtext, welcher mit wenigen Worten den Inhalt des Bildes beschreibt. Dieser befindet sich in dem jeweiligen **"alt"-Attribut** in Ihrem **** Tag.
- Falls Bilder keinerlei relevante Informationen enthalten, sondern lediglich als grafische Unterstützung dienen, kann der Alternativtext, leer gelassen werden. Das Attribut sollte aber dennoch immer vorhanden sein.
- Wenn Sie im OSG Trade Shopsystem Bilder über den WYSIWYG-Editor einbinden, gibt es dort direkt ein Feld, in das Sie den entsprechenden Alternativtext eintragen können.



```

<!-- Bild mit relevantem Inhalt -->


<!-- Rein dekoratives Bild -->


```

Video und Audio

- Alle Videos sollten Untertitel haben, die den gesprochenen Text sowie relevante Geräusche beschreiben, welche man bestenfalls ein- und ausblenden kann. Laden Sie hierzu zu Ihrem Video eine **VTT-Datei** hoch, welche die entsprechenden Untertitel enthält. Für die Erstellung einer VTT-Datei gibt es online verschiedene Anbieter. Das HTML zum Einbinden eines Videos mit Untertitel-Datei, kann wie im Folgenden Code-Beispiel aussehen.
- Haben Sie Produktvideos, die an der Stelle des Produktbilds hochgeladen werden, müssen Sie die Datei an die gleiche Stelle, wie Ihre Video-Datei hochladen (z.B. *Produkt > Artikelverwaltung > Bearbeitung eines Artikels > Metadaten*). Die VTT-Datei benötigt dabei den gleichen Dateinamen, wie das Video (z.B. „video.mp4“ & „video.vtt“).
- Ein vollständiges Transkript von Video- und Audioinhalten muss zur Verfügung gestellt werden. Dieses können Sie am besten als Text oder Downloadlink (z.B. zu einer txt-Datei mit dem Transkript) in der Nähe der Video- oder Audioeinbindung platzieren.
- Video- und Audioinhalte sollten nicht per Autoplay direkt beim Seitenaufruf gestartet werden.

```

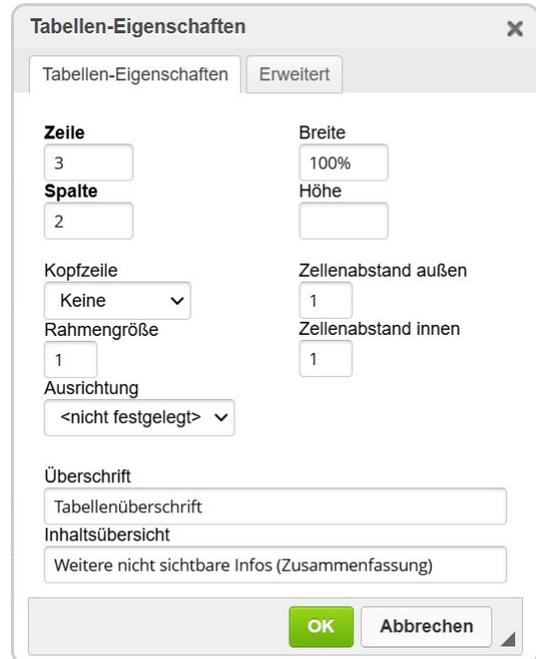
<video controls>
  <source src="video.mp4" type="video/mp4">
  <track kind="subtitles" src="untertitel.vtt" srclang="de" label="Deutsch">
</video>

```

Tabellen

- Stellen Sie sicher, dass Sie das HTML-Element **<table>** nur verwenden, um Tabellen zu erstellen, und nicht Layouts. Um Elemente nebeneinander darzustellen, nutzen Sie CSS.
- Verwenden Sie **<tr>** für Tabellenzeilen, **<th>** für Kopfzellen, **<td>** für Datenzellen.
- Nutzen Sie das **scope**-Attribut in Kopfzellen (**<th>**), um anzugeben, ob die Zelle eine Zeilen- oder Spaltenüberschrift ist (**scope="row"** oder **scope="col"**).
- Fügen Sie ein **<caption>**-Element hinzu, um eine kurze Beschreibung der Tabelle bereitzustellen. Dies hilft Benutzern zu verstehen, was die Tabelle darstellt.
- Um weitere nicht sichtbare Informationen speziell für Nutzer von Screenreadern darzustellen, können Sie das **summary**-Attribut nutzen.

- Wenn Sie Tabellen mithilfe des WYSIWYG-Editors des Shops erstellen, achten Sie darauf die Felder „Kopfzeile“ und „Überschrift“ nicht leer zu lassen. Die „summary“-Informationen können Sie unter „Inhaltsüberschrift“ angeben.



```
<table summary="Diese Tabelle zeigt Ihnen die Staffelpreise für Artikel X an">
  <caption>Preistabelle</caption>
  <thead>
    <tr>
      <th scope="col">Größe (m²)</th>
      <th scope="col">Betrag (€)</th>
    </tr>
  </thead>
  <tbody>
    <tr>
      <td>2</td>
      <td>30</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>3</td>
      <td>35</td>
    </tr>
  </tbody>
</table>
```

Bewegte Inhalte / Animation

- GIFs und jegliche jQuery-Animationen werden im Shop bereits unterbunden, sobald User eine Browsereinstellung zum Minimieren der Animationen setzen. Falls Sie weitere Animationen, z.B. über JavaScript einbinden, achten Sie darauf, dass diese ebenfalls die „prefers-reduced-motion“ Einstellung berücksichtigen, indem Sie Ihren Code entsprechend anpassen.

Widgets & Plugins

- Falls Sie z.B. per JavaScript externe Widgets oder Plugins in Ihren Shop einbinden, müssen diese natürlich ebenfalls barrierefrei gestaltet sein.

Dokumente

- Dokumente, die Sie in Ihrem Shop einbinden, müssen auch den Barrierefreiheits-Anforderungen entsprechen. Das gilt z.B. für Datenblätter und ähnliches auf der Artikeldetailseite oder weitere im Content eingebundene PDF-Dateien.
- Für PDFs gelten größtenteils die gleichen Anforderungen wie für HTML-Seiten: Klare Strukturen mit Überschriften, Erklärung von Bildinhalten, korrekter Tabellenaufbau, ...
- Nutzen Sie Softwaretools zur Erstellung barrierefreier Dokumente (z.B. Adobe Acrobat Pro für PDFs), die Ihnen helfen können, die Zugänglichkeit zu überprüfen und zu verbessern.

KONTROLLIEREN DER BARRIEREFREIHEIT

Wir empfehlen Ihnen Ihren Onlineshop regelmäßig auf Barrierefreiheit zu kontrollieren und sich nicht auf die Ergebnisse eines Tests zu verlassen.

Test-Tools

Um zu testen, ob die Inhalte Ihrer Seite barrierefrei sind, gibt es verschiedene Tools:

- Für Browser wie Google Chrome oder Firefox können Sie sich verschiedene Erweiterungen wie zum Beispiel das "**WAVE Evaluation Tool**" installieren. Dieses analysiert die aktuelle Seite und zeigt Ihnen alle Probleme mit Erklärungen an.
- Standard-Webbrowser sind mit Developer-Tools (**Dev-Tools**) ausgestattet. Diese stellen eine Vielzahl an Funktionen bereit, die zum Testen, Korrigieren, Analysieren und Gestalten von Internetseiten verwendet

werden können. Hier können Sie auch die Responsivität Ihrer Seite testen. Öffnen können Sie die Dev-Tools meistens indem Sie im Browser über **Rechtsklick "Untersuchen"** wählen oder einfach "**F12**" auf Ihrer Tastatur drücken.

In den Dev-Tools ist oft einen Tab zum Testen der Barrierefreiheit vorhanden. In Chrome finden Sie diesen unter "**Lighthouse**", bei Firefox heißt dieser "**Barrierefreiheit**". Hier wird Ihnen ein Score angezeigt und Elemente, die Probleme bereiten könnten, werden aufgeführt.

Manuelle Tests

Einige Anforderungen müssen manuell getestet werden, da automatisierte Tools diese nicht feststellen können:

- Gehen Sie Ihren Shop per **Tab-Taste** durch. Sie sollten sehen, wo sich der Fokus befindet. Triggern Sie per Enter-Taste Verlinkungen und andere interaktive Elemente an. Falls Sie dabei Probleme haben, sehen Sie wo Verbesserungsbedarf ist.
- Schauen Sie sich Ihren Shop auf verschiedenen Bildschirmgrößen oder mittels Browser-Zoom an. Mit **200% Zoom** bei einer Fensterbreite von **1280px** sollten alle Inhalte uneingeschränkt wahrnehmbar und nutzbar sein, ohne, dass horizontal gescrollt werden muss. Dasselbe gilt für Bildschirmbreiten von mindestens **320px**.
- Lesen Sie Ihre Texte durch und achten Sie darauf, dass diese Verständlich sind. Inhalte, die kulturelle oder kontextuelle

Kenntnisse erfordern oder komplexe Sätze und Fachbegriffe sollten vermieden oder spezifisch erklärt werden.

- Automatische Test-Tools können zwar feststellen, ob **Alt-Texte, Labels** oder **Link-Inhalte** vorhanden sind, aber nicht deren **inhaltliche Korrektheit** prüfen. Achten Sie darauf, dass diese gegeben ist.
- Mit den **Dev-Tools** können Sie die „**prefers-reduced-motion**“ Einstellung emulieren und sicherstellen, dass jegliche Animationen damit unterbunden werden. In Chrome finden Sie diese Option wie folgt: Ganz oben rechts befinden sich 3 Punkte, die ein Menü öffnen. Hier gehen Sie auf *Weitere Tools > Rendering*. Anschließend wählen Sie bei der Option „CSS-Medienfunktion prefers-reduced-motion emulieren“ auf „prefers-reduced-motion: reduce“.

FAZIT

Damit Sie mit Ihrem Shop so viele Menschen wie möglich erreichen, sollten Sie das Thema Barrierefreiheit nicht übergehen. Spätestens bis zum 29.0.2025 muss Ihr Shop barrierefrei sein. Auch für eine gute Suchmaschinenoptimierung und die Zufriedenheit Ihrer Kunden lohnt es sich aktiv zu werden. Da der OSG Trade Shop bereits barrierefrei ist, brauchen Sie lediglich auf Ihre eigenen Inhalte und Ihr Styling achten.

Und wie immer: Wir sind für Sie da. Vor allem bei Anpassungen, die Sie lediglich im Quellcode Ihres Shops vornehmen können, wird oft etwas Vorwissen benötigt. Bei jeglichen Unsicherheiten können Sie sich gerne an uns wenden und wir helfen Ihnen weiter.

Sie haben noch Fragen zu dem Thema?

Melden Sie sich jederzeit gerne per E-Mail barrierefrei@osgmbh.de und wir kommen schnellstmöglich auf Sie zu.

Mehr Informationen über Änderungen und Neuerungen in OSG Trade gefälltig?

Melden Sie sich jetzt für unseren Newsletter an und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen der OSG Neue Medien mbH und wichtige Neuigkeiten zu OSG Trade. Erfahren Sie als Erstes von relevanten Aktualisierungen sowie nützlichen Info-Beiträgen rund um Ihr E-Business!

Folgen Sie jetzt dem QR-Code zur **Newsletter-Anmeldung**:



Quellen

<https://webaim.org/>

<https://www.barrierefreies-webdesign.de/richtlinien/wcag-2.1/erfolgskriterien/>

¹ <https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Presse-und-Service/Glossar/Functions/glossar.html?lv2=629898&lv3=638960>

² <https://webaim.org/projects/million/>

³ <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>

Infografik, Seite 5: <https://de.statista.com/infografik/32740/anteile-der-untersuchten-onlineshops-die-folgende-kriterien-fuer-barrierefreiheit-erfuellen/>

Weitere Bilder: pixabay.de

Wir weisen ausdrücklich daraufhin hin, dass alle Angaben ohne Gewähr auf Vollständigkeit erfolgen. Ebenso weisen wir darauf hin, dass unsere Empfehlungen keine Rechtsberatung darstellen oder ersetzen.



Online Software Gesellschaft für neue Medien mbH

Donnerschweer Str. 172
D-26123 Oldenburg

+49 (0) 441 / 350 42 300
info@osgmbh.de

osgmbh.de
osgtrade.de