

• **BARRIEREFREIHEITSTÄRKUNGSGESETZ**

BFGG-CHECKLISTE: IST DEINE WEBSITE **BARRIEREFREI**?

Seit dem 28. Juni 2025 müssen viele Websites und Onlineshops, die sich an Verbraucher richten, barrierefrei sein. Technische Grundlage sind die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) auf Stufe AA. Diese Liste übersetzt die Kriterien in 30 Punkte, die du selbst prüfen kannst – ohne Spezialsoftware, mit Browser, Tastatur und etwas Zeit.

So nutzt du die Liste

- Nimm dir drei bis fünf typische Seiten vor: Startseite, eine Inhaltsseite, ein Formular, bei Shops Produktseite und Kasse.
- Hake nur ab, was auf allen geprüften Seiten stimmt. Ein „fast“ zählt als offen.
- Für viele Punkte reichen die Entwicklerwerkzeuge des Browsers (F12) und eine kostenlose Prüf-Erweiterung wie WAVE oder axe.
- Ein Screenreader-Test ist der Ernstfall: NVDA (Windows, kostenlos) oder VoiceOver (macOS, eingebaut).

Was diese Liste ist – und was nicht

Sie prüft die Technik, nicht die Rechtslage. Ob dein Angebot unter das BFGG fällt, hängt vom Einzelfall ab (Verbraucherbezug, Unternehmensgröße, Art der Leistung). Diese Frage klärst du im Zweifel mit einer Kanzlei – wir beraten nicht rechtlich, sondern technisch.

Barrierefreiheit lohnt sich unabhängig vom Gesetz: Was mit Tastatur, Screenreader und großer Schrift funktioniert, ist für alle Besucher besser bedienbar und wird von Suchmaschinen besser verstanden.

1 WAHRNEHMBAR

Inhalte müssen mit mindestens zwei Sinnen erfassbar sein

- | | |
|--------------------------|---|
| ☐ | 01 Jedes Bild hat einen passenden Alternativtext WCAG 1.1.1
So prüfst du das: Prüfe mit WAVE oder im Inspektor: Jedes img hat ein alt -Attribut, das den Inhalt beschreibt; dekorative Bilder ein leeres (alt=""). Dateinamen wie „IMG_2041.jpg“ zählen nicht. |
| ☐ | 02 Videos haben Untertitel, Audio hat ein Transkript WCAG 1.2.1–1.2.5
So prüfst du das: Spiele jedes Video stumm ab – ist alles Gesagte als Untertitel lesbar? Für Podcasts und Audio-Erklärungen muss ein Text mit demselben Inhalt verlinkt sein. |
| ☐ | 03 Text hat mindestens 4,5:1 Kontrast zum Hintergrund (großer Text 3:1) WCAG 1.4.3
So prüfst du das: Miss Fließtext, Links, Platzhalter und Button-Text mit einem Kontrast-Rechner (z. B. im Chrome-Inspektor) – hellgrauer Text auf Weiß und Weiß auf Orange fallen typischerweise durch. |
| ☐ | 04 Bedienelemente und aussagekräftige Grafiken haben mindestens 3:1 Kontrast WCAG 1.4.11
So prüfst du das: Prüfe die Rahmen von Eingabefeldern, Icons ohne Beschriftung, Diagrammlinien und den Fokusrahmen gegen ihren Hintergrund – ein hellgrauer Feltrand auf Weiß liegt meist unter 3:1. |
| ☐ | 05 Die Seite funktioniert bei 200 % Schriftgröße und bei 400 % Zoom ohne seitliches Scrollen WCAG 1.4.4, 1.4.10
So prüfst du das: Zoome im Browser auf 400 % (entspricht 320 px Breite) – nichts wird abgeschnitten oder überlagert, gescrollt wird nur nach unten (Ausnahme: Tabellen, Karten). |
| ☐ | 06 Farbe ist nie der einzige Informationsträger WCAG 1.4.1
So prüfst du das: Betrachte die Seite in Graustufen (Betriebssystem-Einstellung oder Browser-Erweiterung) – Pflichtfelder, Fehler, aktive Menüpunkte und Links im Fließtext müssen weiterhin erkennbar sein, etwa durch Text, Symbol oder Unterstreichung. |
| ☐ | 07 Überschriften, Listen und Tabellen sind als solche ausgezeichnet WCAG 1.3.1
So prüfst du das: Lass dir mit WAVE oder der Erweiterung „HeadingsMap“ die Gliederung anzeigen – genau eine H1, keine übersprungenen Ebenen, Aufzählungen als echte Listen, Datentabellen mit Kopfzeile (th) statt als Layoutraster. |

2 BEDIENBAR

Alles muss ohne Maus gehen – mit Tastatur oder Hilfstechnik

- ☐ 08 **Alle Funktionen sind mit der Tastatur erreichbar und auslösbar** WCAG 2.1.1
So prüfst du das: Gehe mit Tab durch Menü, Suche, Slider, Akkordeons, Warenkorb und Kasse – alles muss erreichbar sein und auf Enter oder Leertaste reagieren; Untermenüs nur per Maus-Hover sind eine Barriere.
- ☐ 09 **Der Tastaturfokus ist immer sichtbar und wird nicht verdeckt** WCAG 2.4.7, 2.4.11
So prüfst du das: Beim Durchtabben muss jederzeit erkennbar sein, wo du bist (Rahmen oder Hervorhebung) – fixierte Kopfzeilen, Cookie-Banner und Chat-Widgets dürfen den Fokus nicht verdecken.
- ☐ 10 **Keine Tastaturfalle: Aus Dialogen, Overlays und eingebetteten Inhalten kommt man wieder heraus** WCAG 2.1.2
So prüfst du das: Öffne Cookie-Hinweis, Lightbox, Videoplayer und Popups per Tastatur – Escape oder ein per Tab erreichbarer Schließen-Button beenden sie, der Fokus kehrt an die vorherige Stelle zurück.
- ☐ 11 **Es gibt einen Sprunglink „Zum Inhalt“ vor der Navigation** WCAG 2.4.1
So prüfst du das: Lade die Seite neu und drücke einmal Tab – als Erstes sollte ein Link erscheinen, der die Navigation überspringt und direkt zum Hauptinhalt führt.
- ☐ 12 **Jede Seite hat einen eindeutigen, beschreibenden Seitentitel** WCAG 2.4.2
So prüfst du das: Lies den Text im Browser-Tab auf mehreren Unterseiten – er muss die Seite benennen („Lieferbedingungen – Firma“), nicht überall gleich lauten und nicht mit dem Firmennamen beginnen.
- ☐ 13 **Linktexte sagen, wohin es geht** WCAG 2.4.4
So prüfst du das: Lass dir mit WAVE nur die Links auflisten – „hier“, „mehr“ und „weiterlesen“ ohne Kontext fallen durch; verlinkte Bilder brauchen einen Alternativtext, der das Linkziel benennt.
- ☐ 14 **Bewegte und automatisch wechselnde Inhalte lassen sich anhalten** WCAG 2.2.2
So prüfst du das: Slider, Laufbänder, Hintergrundvideos und Newsticker, die länger als fünf Sekunden laufen, brauchen einen sichtbaren Pause-Button – oder sie stehen still, wenn im Betriebssystem „Bewegung reduzieren“ aktiv ist.
- ☐ 15 **Zeitlimits lassen sich abschalten oder verlängern** WCAG 2.2.1
So prüfst du das: Prüfe Warenkorb-Reservierungen, Sitzungs-Timeouts im Kundenkonto und Ticket-Countdowns – Nutzer müssen vorher gewarnt werden und die Zeit mit einem Klick verlängern können.
- ☐ 16 **Klick- und Tipflächen sind mindestens 24 × 24 Pixel groß oder haben genug Abstand** WCAG 2.5.8
So prüfst du das: Miss im Inspektor kleine Elemente nach: Icon-Buttons, Schließen-Kreuze, Paginierung, Social-Links und Checkboxes – unter 24 px ist nur erlaubt, wenn rundherum Abstand zum nächsten Ziel bleibt.
- ☐ 17 **Nichts blitzt öfter als dreimal pro Sekunde** WCAG 2.3.1
So prüfst du das: Schau dir Animationen, Video-Intros und Werbebanner an – schnelles Blinken und Stroboskop-Effekte können Anfälle auslösen und sind ohne Ausnahme zu entfernen.

3 VERSTÄNDLICH

Klare Sprache, vorhersehbares Verhalten, hilfreiche Formulare

- ☐ 18 **Die Sprache der Seite ist im Code angegeben** WCAG 3.1.1, 3.1.2
So prüfst du das: Sieh im Quelltext nach, ob `<html lang="de">` gesetzt ist – sonst liest ein Screenreader deutschen Text mit englischer Aussprache; längere fremdsprachige Abschnitte bekommen ein eigenes **lang**.
- ☐ 19 **Jedes Formularfeld hat eine sichtbare, programmatisch verknüpfte Beschriftung** WCAG 1.3.1, 3.3.2
So prüfst du das: Klicke auf den Beschriftungstext neben einem Feld – springt der Cursor hinein, ist das **label** verknüpft. Platzhalter allein reichen nicht, sie verschwinden beim Tippen. Pflichtfelder sind benannt.
- ☐ 20 **Fehlermeldungen nennen das Feld und sagen, wie man es richtig macht** WCAG 3.3.1, 3.3.3
So prüfst du das: Schicke ein Formular leer und mit falscher E-Mail-Adresse ab – die Meldung steht beim Feld, ist als Text lesbar (nicht nur roter Rahmen) und lautet etwa „E-Mail-Adresse: Bitte im Format name@firma.de eingeben“.
- ☐ 21 **Vor verbindlichen Schritten kann man prüfen, korrigieren und zurückgehen** WCAG 3.3.4
So prüfst du das: Gehe Kasse oder Terminbuchung bis vor den letzten Klick durch – es gibt eine Übersicht aller Angaben, jede lässt sich ändern, und der Button sagt klar, was passiert („Zahlungspflichtig bestellen“).
- ☐ 22 **Navigation und Bezeichnungen sind auf allen Seiten gleich** WCAG 3.2.3, 3.2.4
So prüfst du das: Vergleiche fünf Unterseiten – Menü an derselben Stelle in derselben Reihenfolge, das Suchfeld heißt überall gleich, der Warenkorb hat überall dasselbe Symbol und denselben Namen.

-
- ☐ 23 **Fokus oder Eingabe lösen keine unerwarteten Aktionen aus** WCAG 3.2.1, 3.2.2
So prüfst du das: Wähle in einer Auswahlliste (Land, Sortierung, Sprache) per Tastatur einen Eintrag – die Seite darf nicht sofort neu laden, sondern erst nach Bestätigung. Popups beim bloßen Fokussieren eines Feldes sind eine Barriere.
-
- ☐ 24 **Bereits eingegebene Daten müssen nicht erneut eingetippt werden** WCAG 3.3.7
So prüfst du das: Prüfe mehrstufige Prozesse – Lieferadresse als Rechnungsadresse übernehmen, Angaben beim Zurückblättern behalten, Browser-Autovervollständigung durch **autocomplete**-Attribute erlauben.
-
- ☐ 25 **Anmeldung und Bot-Schutz verlangen kein Rätsel und kein Merken** WCAG 3.3.8
So prüfst du das: Logge dich mit einem Passwort-Manager ein – Einfügen ins Passwortfeld muss erlaubt sein; Bild-CAPTCHAs („Wähle alle Ampeln“) und Rechenaufgaben brauchen eine Alternative wie E-Mail-Link, HoneyPot oder unsichtbare Prüfung.
-

4 ROBUST

Sauberer Code, den Browser und Hilfstechnik zuverlässig interpretieren

-
- ☐ 26 **Eigene Bedienelemente haben Name, Rolle und Zustand** WCAG 4.1.2
So prüfst du das: Prüfe Akkordeons, Tabs, Schalter und Icon-Buttons im Accessibility-Baum des Inspektors – ein Menü-Button braucht einen Namen („Menü öffnen“), die Rolle **button** und **aria-expanded**; ein **div** mit Klick-Handler hat nichts davon.
-
- ☐ 27 **Statusmeldungen werden auch ohne Fokuswechsel angesagt** WCAG 4.1.3
So prüfst du das: Lege mit laufendem Screenreader einen Artikel in den Warenkorb oder filtere eine Liste – Hinweise wie „Artikel hinzugefügt“ oder „12 Ergebnisse“ müssen vorgelesen werden (Live-Region), sonst passiert für blinde Nutzer scheinbar nichts.
-
- ☐ 28 **Die Kernprozesse funktionieren mit einem Screenreader von Anfang bis Ende** Praxistest
So prüfst du das: Schalte NVDA oder VoiceOver ein, schließe die Augen und finde ein Produkt, lege es in den Warenkorb und gehe bis zur Bestellübersicht – oder schicke das Kontaktformular ab. Wo du hängen bleibst, bleiben andere auch hängen.
-

5 ORGANISATORISCHES

Was neben der Technik dazugehört

-
- ☐ 29 **Es gibt eine Barrierefreiheitserklärung und einen Feedback-Kanal für Barrieren**
So prüfst du das: Die Erklärung ist aus dem Footer jeder Seite erreichbar und nennt Stand der Konformität, bekannte Ausnahmen (etwa eingebettete Drittanbieter) mit Begründung, Datum der letzten Prüfung und einen Kontaktweg für Meldungen – und intern ist festgelegt, wer Meldungen in welcher Frist beantwortet.
-
- ☐ 30 **Redaktion und Wartung halten die Barrierefreiheit aufrecht**
So prüfst du das: Wer Inhalte einpflegt, kennt die Regeln für Alternativtexte, Überschriftenreihenfolge und Linktexte; neue PDFs werden barrierefrei erstellt oder als HTML-Seite angeboten; nach größeren Updates und mindestens einmal im Jahr wird diese Liste erneut durchgegangen.
-

AUSWERTUNG

Abgehakt: _____ von 30

Sind alle Punkte der Gruppen 1 bis 4 erfüllt, steht deine Website technisch gut da. Bleiben Punkte offen, haben die aus „Bedienbar“ und „Verständlich“ meist Vorrang: Ohne Tastaturbedienung und funktionierende Formulare kommt niemand ans Ziel, egal wie gut der Rest ist.

Diese Selbstprüfung ersetzt kein Audit. Sie zeigt aber, wo du stehst – und ob du mit gezielten Korrekturen auskommst oder das Thema das eigentliche Problem ist.

Du willst eine zweite Meinung?

Schick uns die Adresse deiner Website. Innerhalb von 48 Stunden bekommst du eine ehrliche Einschätzung der wichtigsten Kriterien auf den zentralen Seiten – kostenlos und ohne Verpflichtung.

art-kon-tor-digital.de/web/barrierefreie-website/bfsg-check/

Oder direkt: kontakt@akt-digital.de · 03641 5598209