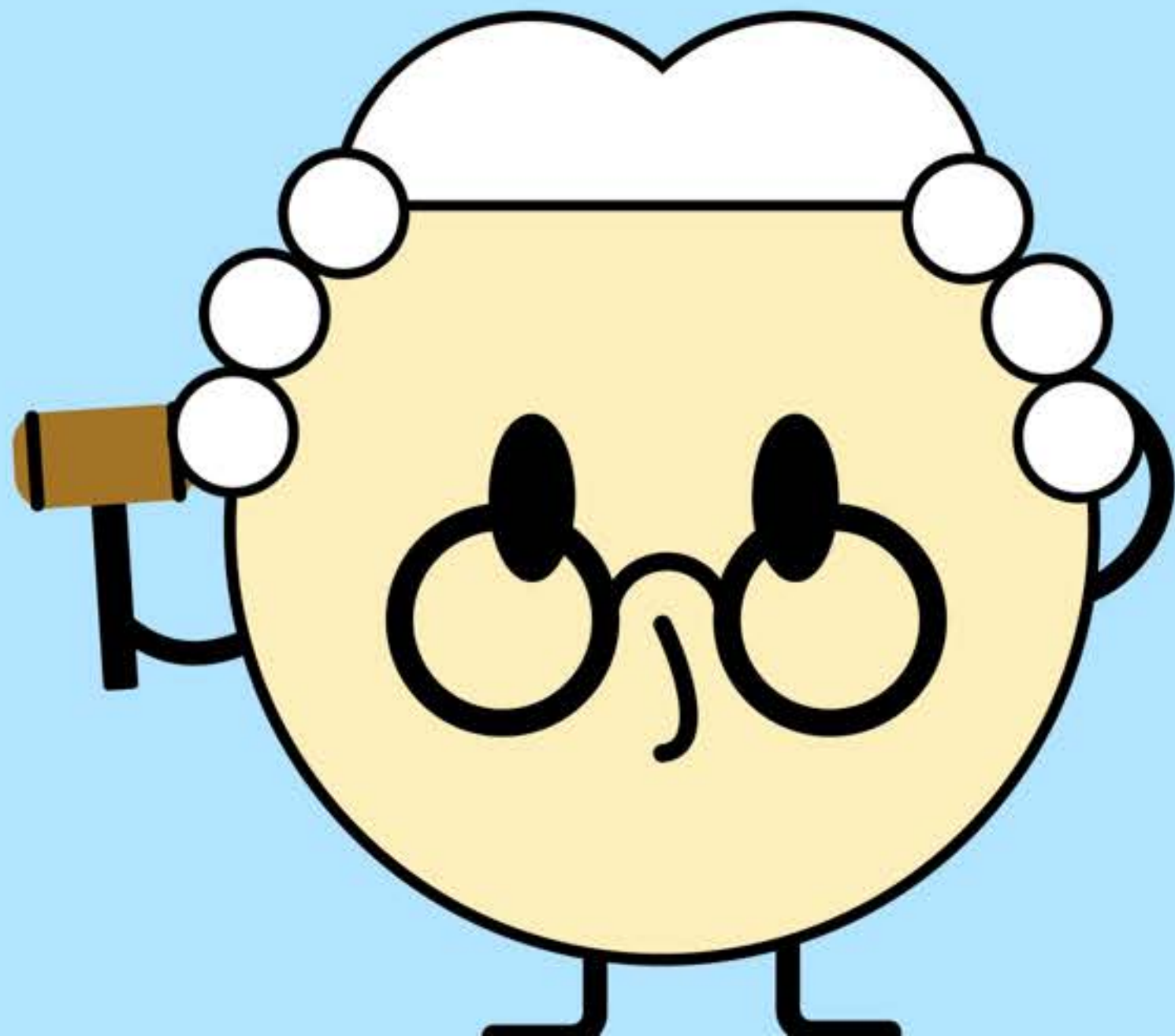


# Das BFGSG verstehen!



# Barrierefreiheits- stärkungsgesetz



Tritt am 28. Juni 2025 in Kraft



Verpflichtet die Privatwirtschaft



**Ist meine Firma  
betroffen Quiz!**

Macht ihr B2C?

Macht ihr B2C?

Nein

Nichts zu tun!

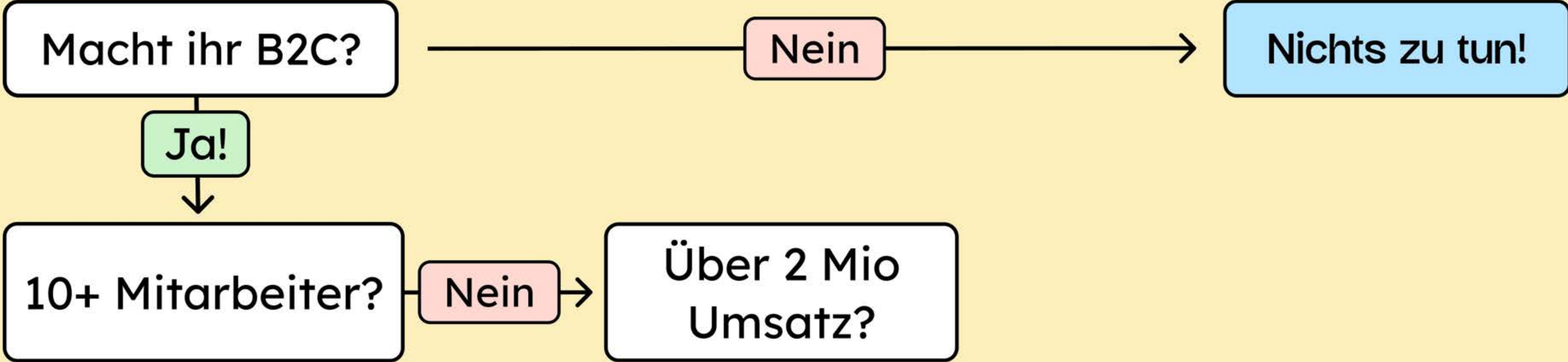
Macht ihr B2C?

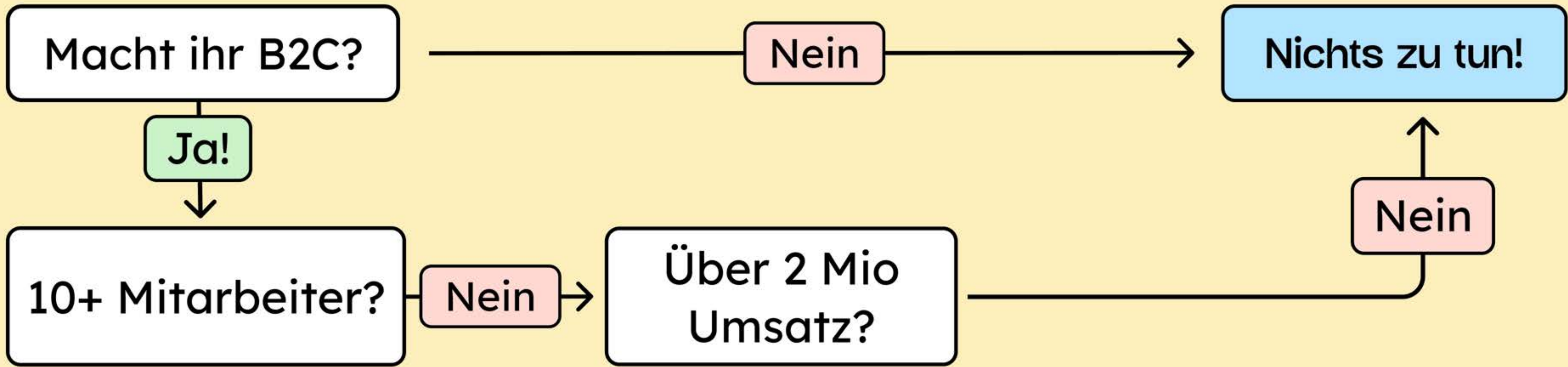
Ja!

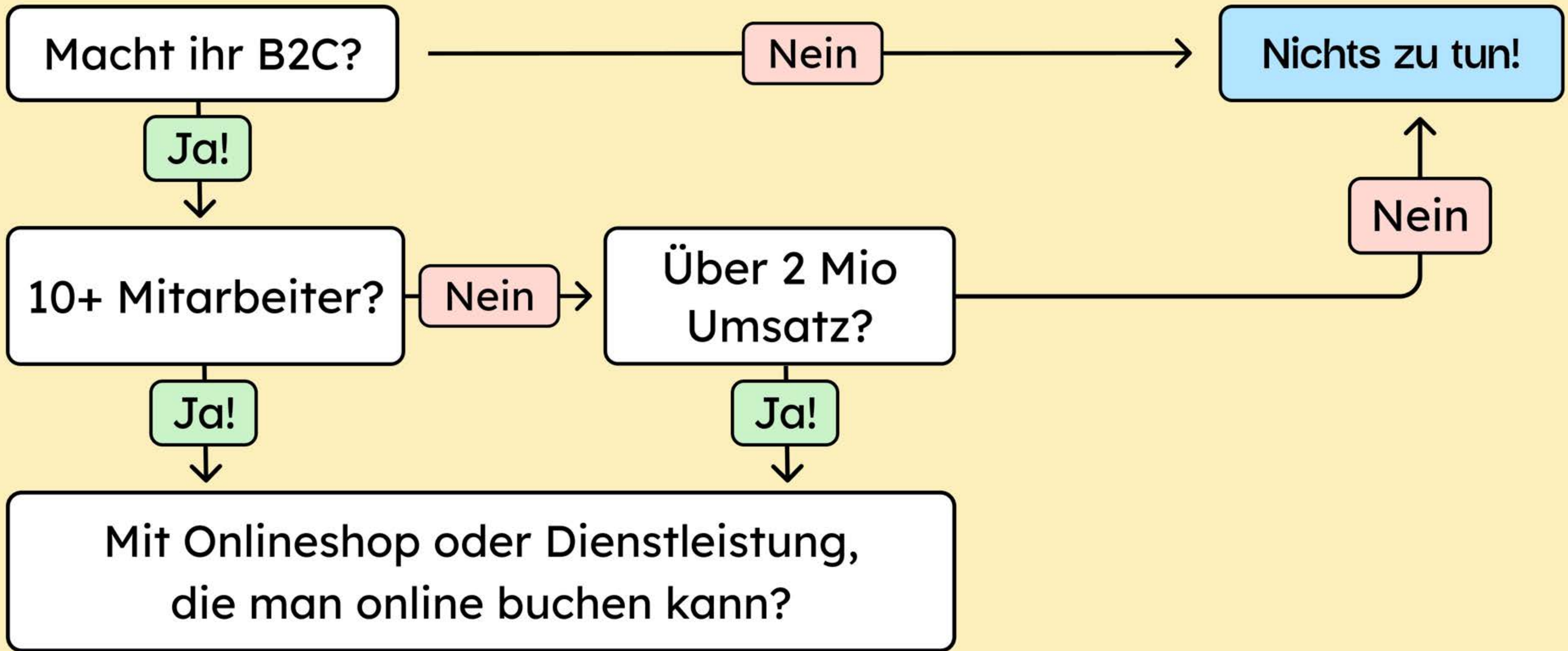
10+ Mitarbeiter?

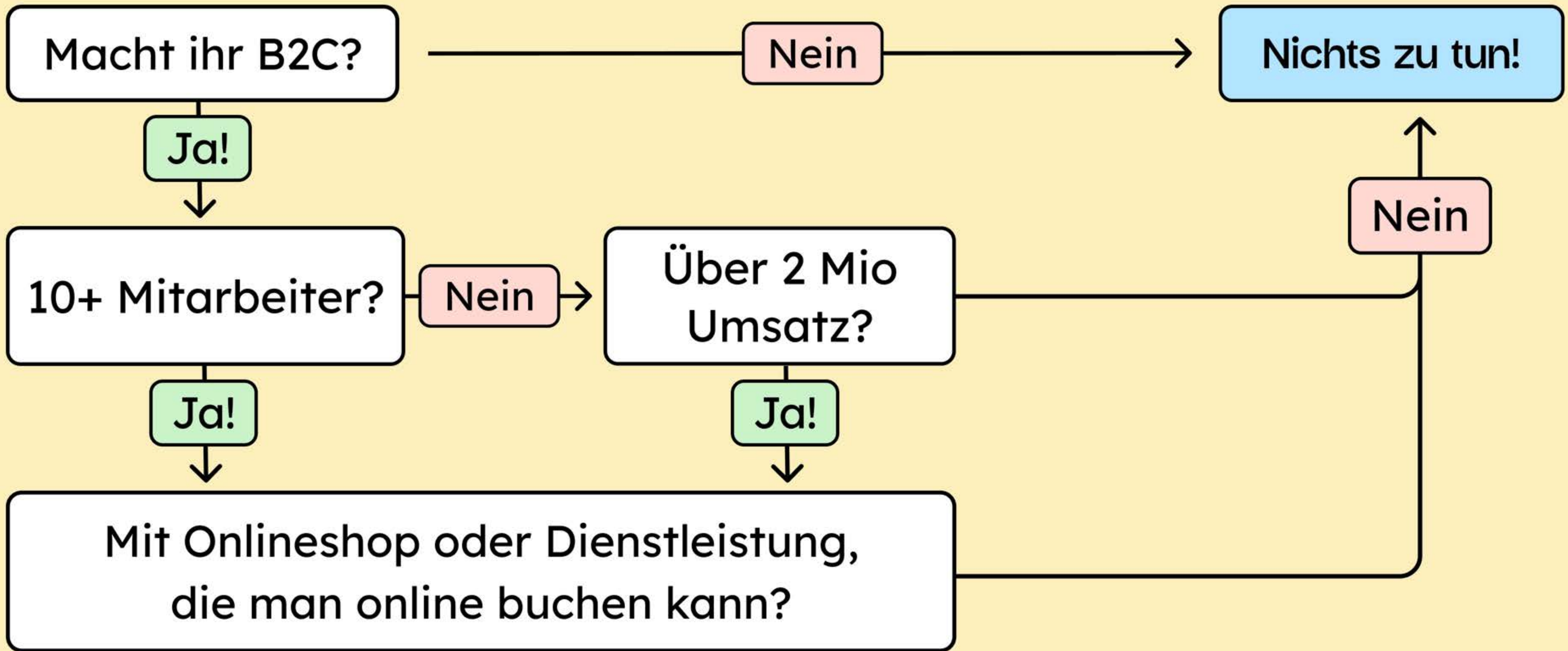
Nein

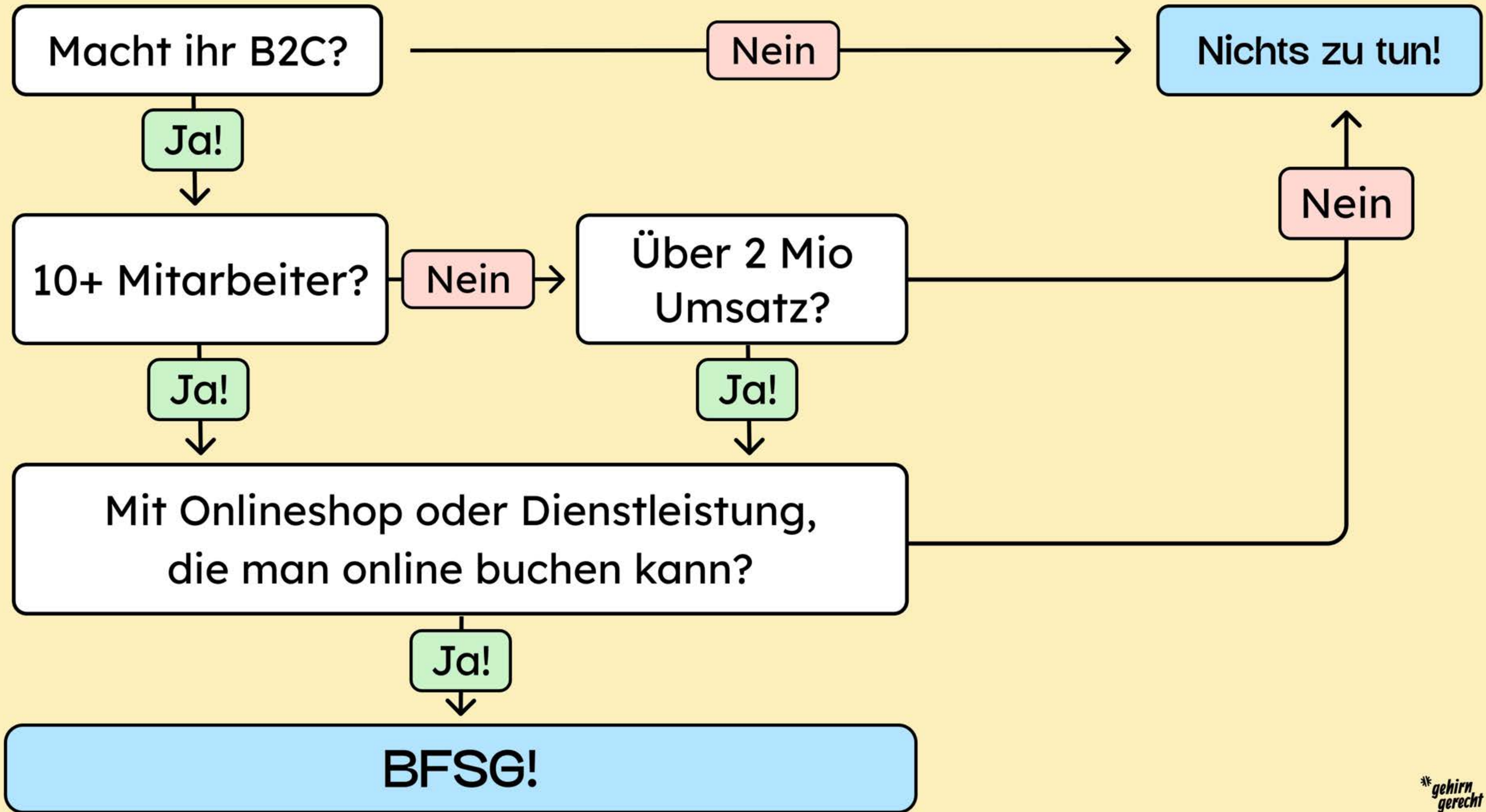
Nichts zu tun!



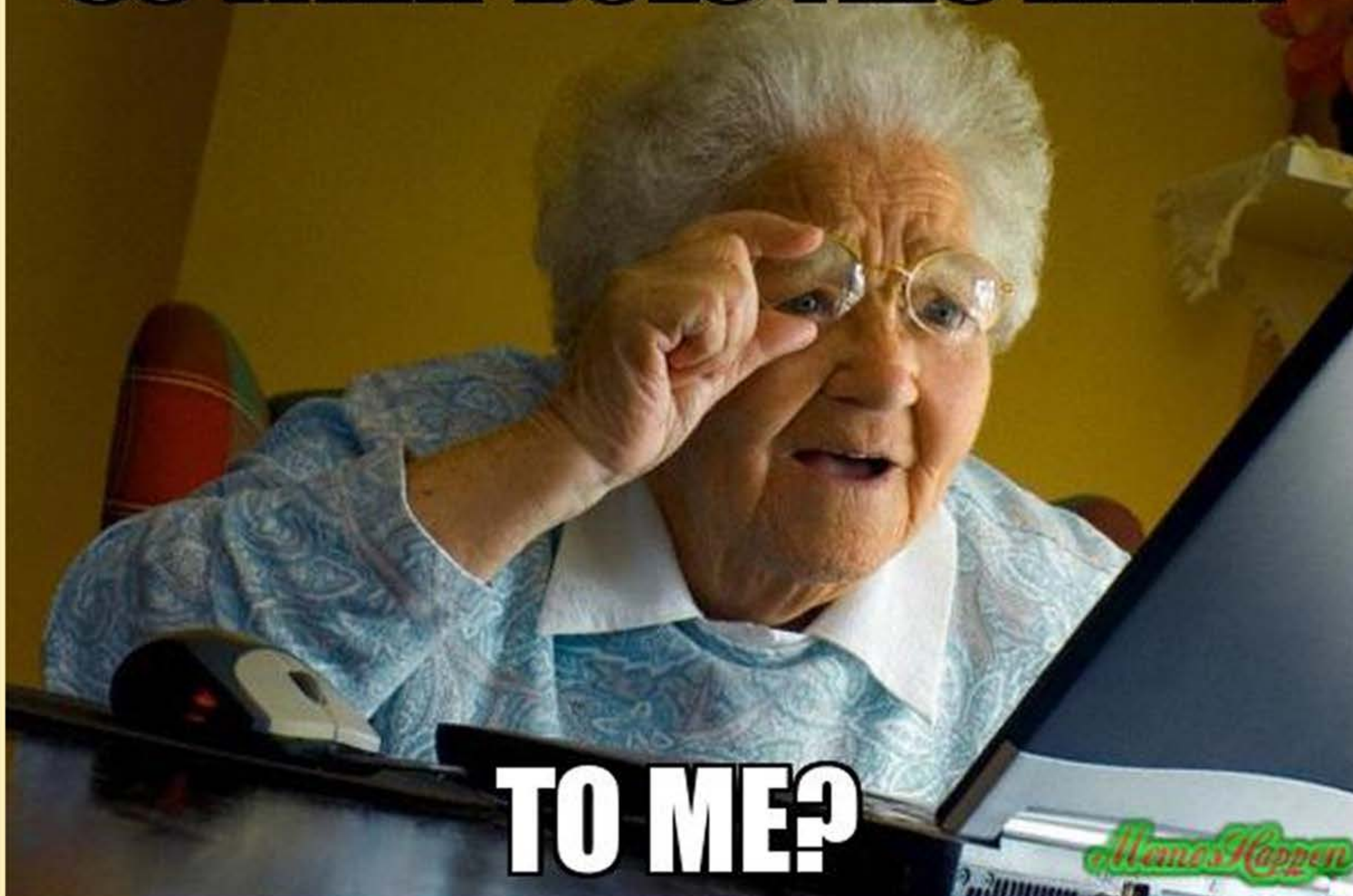








**SO WHAT DOES THIS MEAN**



**TO ME?**

**Woran du dich  
jetzt halten musst:**

**BFSG-Verordnung**

**Anforderungen:**

**EN 301 549**

# EN 301 549 – Kapitel: 9 Web

DIN EN 301549:2022-06  
EN 301549:2021 (D)

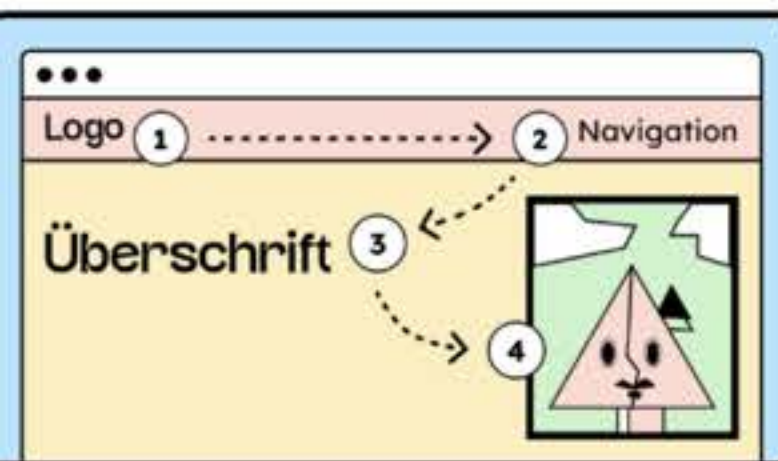
9	Web .....	51
9.0	Allgemeines (informativ) .....	51
9.1	Wahrnehmbar.....	52
9.1.1	Textalternativen .....	52
9.1.2	Zeitbasierte Medien.....	52
9.1.3	Anpassbar.....	52
9.1.4	Unterscheidbar.....	53
9.2	Bedienbar .....	54
9.2.1	Tastaturbedienbar .....	54
9.2.2	Ausreichend Zeit.....	54
9.2.3	Anfälle und körperliche Reaktionen .....	55
9.2.4	Navigierbar .....	55
9.2.5	Eingabemodalitäten.....	55
9.3	Verständlich .....	56
9.3.1	Lesbar .....	56
9.3.2	Vorhersehbar .....	56
9.3.3	Eingabeunterstützung .....	57
9.4	Robust.....	57
9.4.1	Kompatibel.....	57
9.5	WCAG 2.1 Stufe-AAA-Erfolgskriterien.....	57
9.6	Konformitätsanforderungen der WCAG.....	59

# Im Prinzip: WCAG 2.1 konform



**“Web Content Accessibility Guidelines”**  
Richtlinien, die dabei helfen, Webseiten  
digital barrierefrei zu machen.

# Die WCAG 2.1 hat 50 Kriterien (Level A & AA)



**MERKSATZ:**  
"Geh ich mit der Tastatur in deine Webseite rein, sollte die Reihenfolge logisch sein."

**KURZBESCHREIBUNG:**  
Navigiere ich mit der Tastatur, sollten deine Elemente in einer nachvollziehbaren Reihenfolge sein. Ich sollte also zum Beispiel nicht vom Header zuerst in den Footer springen und dann zurück in den Hauptbereich.

**MEHR INFORMATIONEN:**  
[Erfolgskriterium 2.4.3](#) | [Prüfschritt 9.2.4.3](#)

**WICHTIG FÜR ROLLE:**

Designer, Entwickler



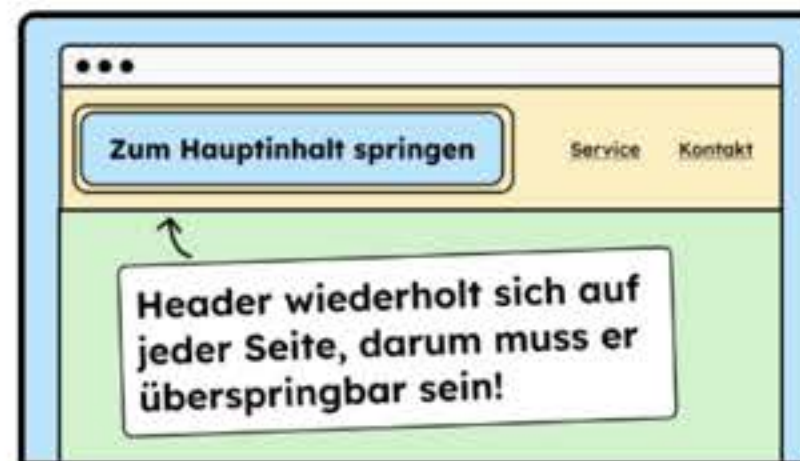
**MERKSATZ:**  
"Schreibe den Titel jeder Seite gut, dann weiß ich, was die Seite tut."

**KURZBESCHREIBUNG:**  
Jede Seite benötigt einen sinnvollen HTML-Titel, damit ich sie im Browser leichter finden kann. Der Titel sollte den „Namen der momentanen Seite“ plus den „Namen der ganzen Webseite“ beinhalten.

**MEHR INFORMATIONEN:**  
[Erfolgskriterium 2.4.2](#) | [Prüfschritt 9.2.4.2](#)

**WICHTIG FÜR ROLLE:**

Entwickler



**MERKSATZ:**  
"Kann ich mit assistiver Technologie Bereiche überspringen, wird mir die Navigation gelingen!"

**KURZBESCHREIBUNG:**  
Dein HTML sollte es ermöglichen, Bereiche zu überspringen, die sich auf einer Webseite wiederholen (Beispiel: Header). Nutze dazu eine oder mehrere Dinge wie Sprunglinks, Listen, Überschriften, Main-Tag etc.

**MEHR INFORMATIONEN:**  
[Erfolgskriterium 2.4.1](#) | [Prüfschritt 9.2.4.1](#)

**WICHTIG FÜR ROLLE:**

Entwickler



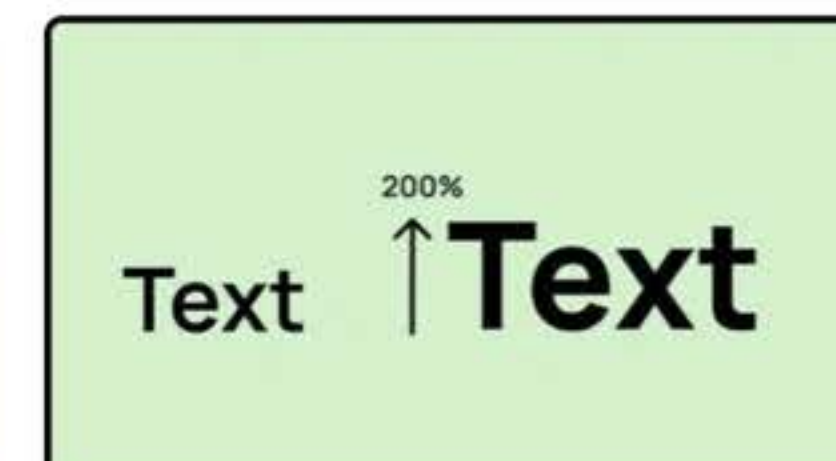
**MERKSATZ:**  
"Zeigst du wichtigen Text im Bild, dann ist das für mich zu wild!"

**KURZBESCHREIBUNG:**  
Schreibe keine wichtigen Infos als Text in Bildern. Nutzerinnen können die Texte weder anpassen noch können assistive Technologien sie lesen. Ausnahme, wenn Bilder der Dokumentation dienen (wie hier!).

**MEHR INFORMATIONEN:**  
[Erfolgskriterium 1.4.5](#) | [Prüfschritt 9.1.4.5](#)

**WICHTIG FÜR ROLLE:**

Designer



**MERKSATZ:**  
"Für manche ist dein Text zu klein, darum muss das Zoomen sein."

**KURZBESCHREIBUNG:**  
Stelle sicher, dass man Text auf bis zu 200% vergrößern kann, ohne dass Teile des Textes oder der Webseite davon verdeckt werden oder ganz verschwinden. Wir empfehlen relative Einheiten wie rem oder em.

**MEHR INFORMATIONEN:**  
[Erfolgskriterium 1.4.4](#) | [Prüfschritt 9.1.4.4](#)

**WICHTIG FÜR ROLLE:**

Entwickler



**MERKSATZ:**  
"Kann ich Farben nicht gut erkennen, werde ich mich von deiner Seite trennen."

**KURZBESCHREIBUNG:**  
Die Kontraste von Texten zum Hintergrund muss stark genug sein. Der vorgeschriebene Kontrast der WCAG liegt bei mindestens 4,5:1, bei unter 24px und mindestens 3:1 bei Schriftgrößen darüber.

**MEHR INFORMATIONEN:**  
[Erfolgskriterium 1.4.3](#) | [Prüfschritt 9.1.4.3](#)

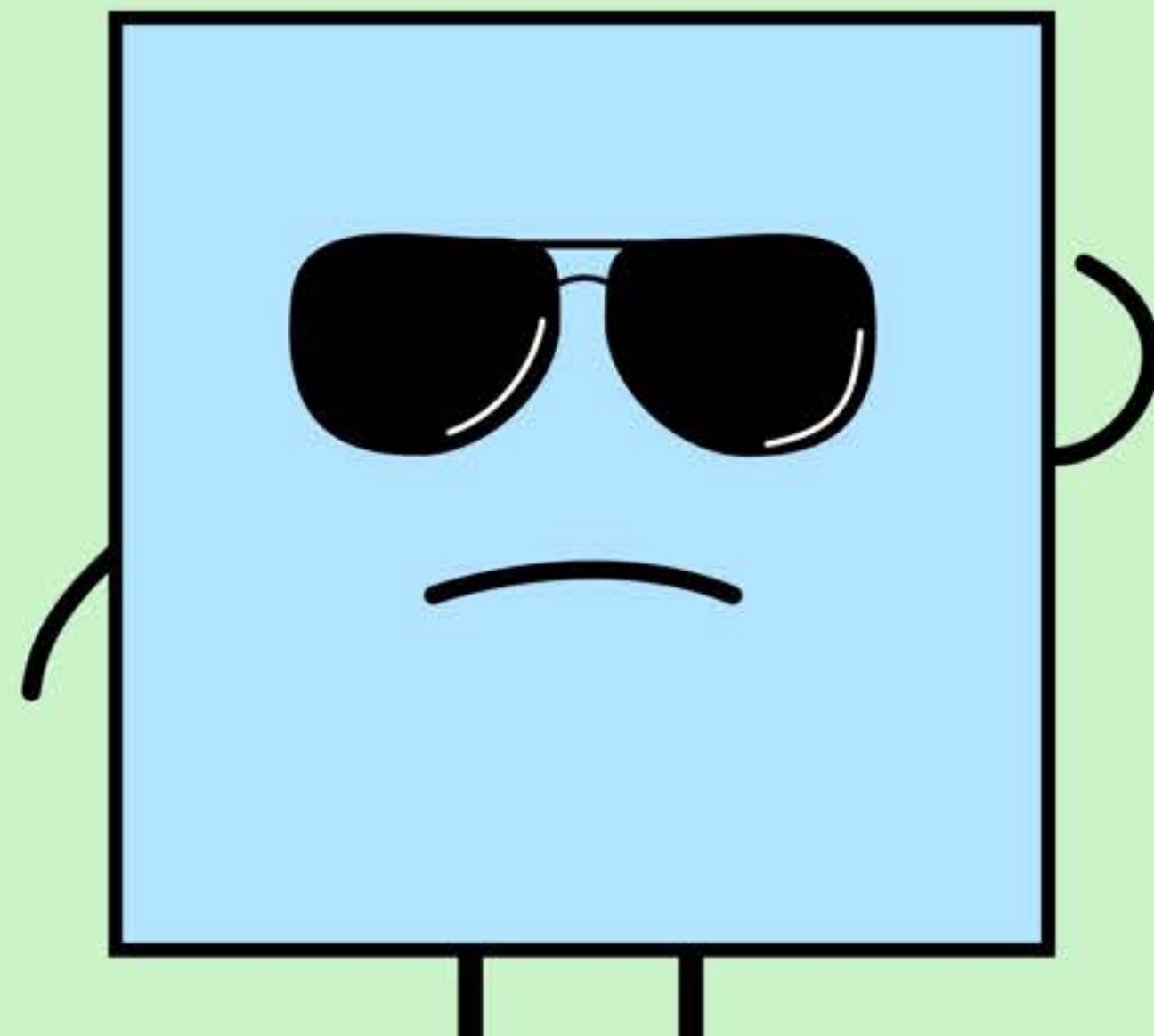
**WICHTIG FÜR ROLLE:**

Designer



**Empfehlung: Halte dich  
gleich an die WCAG 2.2.**

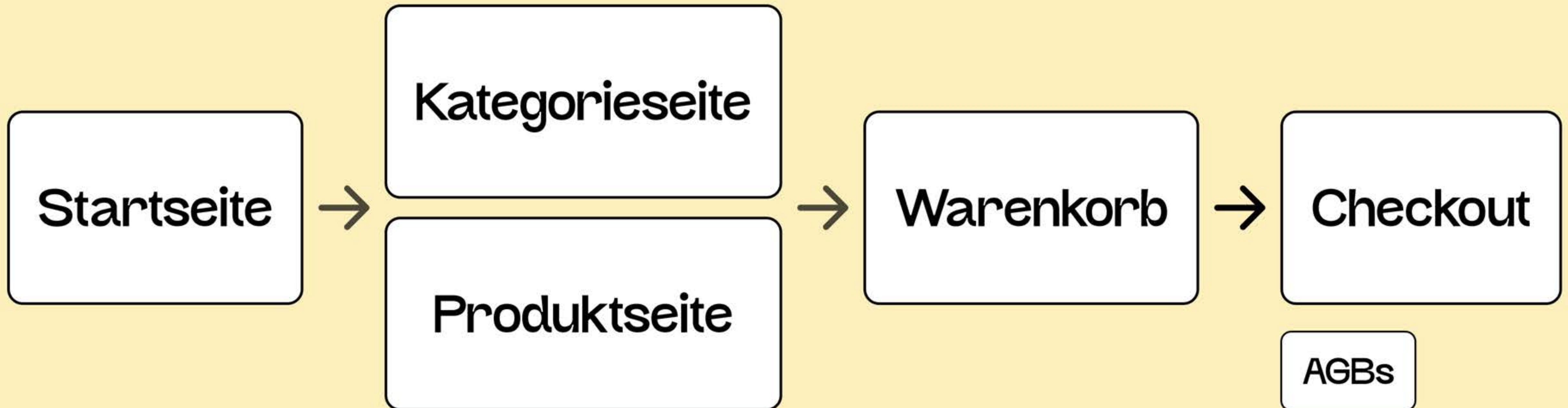
**Muss die ganze  
Webseite jetzt WCAG-  
konform sein?**

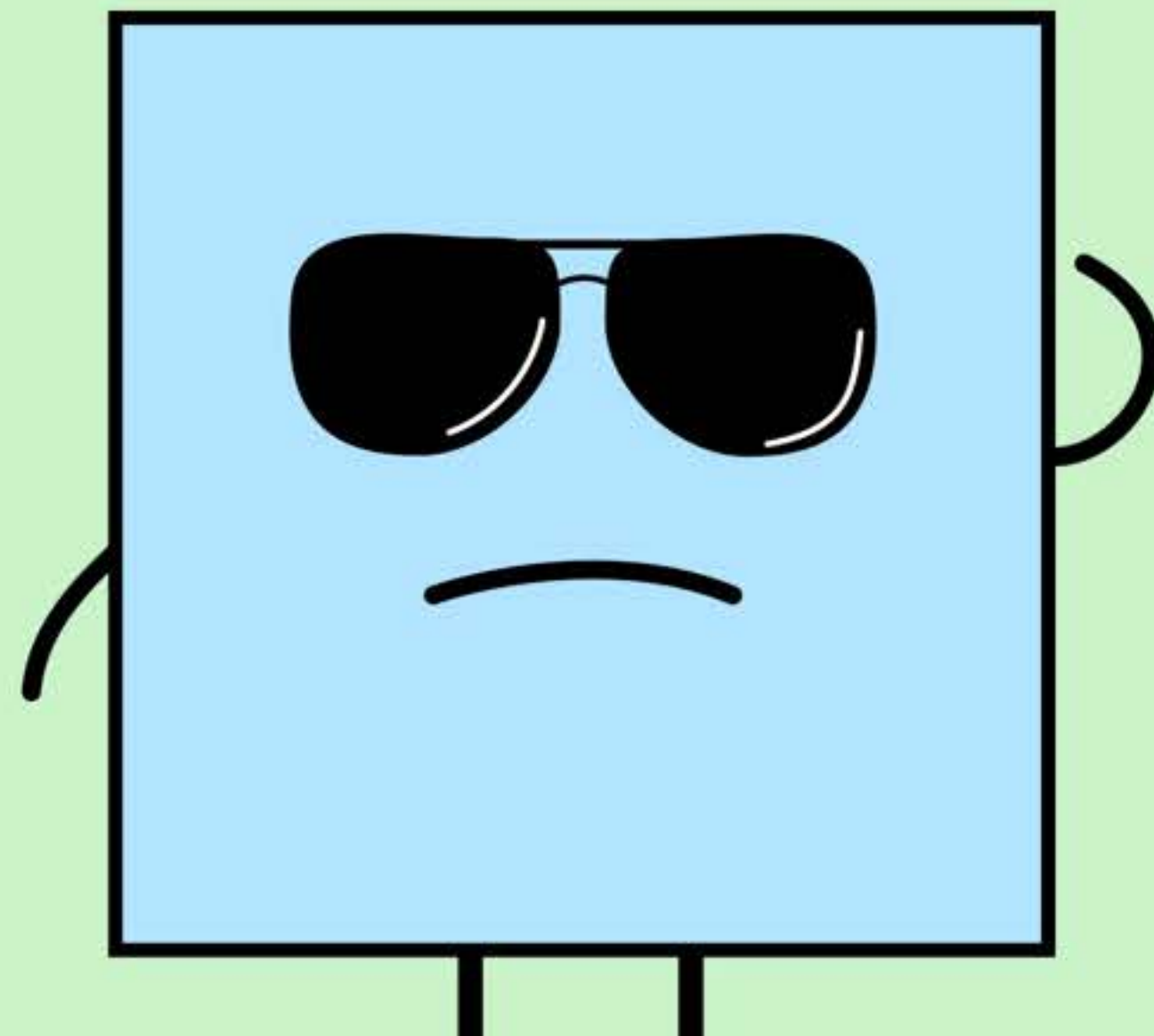


# Alles, was zum Vertragsabschluss führt.

- Online-Shop-Nutzende müssen in der Lage sein, barrierefrei den Weg zu finden – vom Einstieg auf die Seite bis hin zum Abschluss des Vertrages inklusive des Bezahlvorgangs im Shop. Das heißt, Mindestmaß sollte immer die erfolgreiche Navigation durch den Kaufprozess auf der Website sein, beginnend mit dem barrierefreien Einstieg auf die Website.

# Alles, was zum Vertragsabschluss führt.





**Ok Shops ... und  
Dienstleistung?**

# Kontaktformulare, Reservierungs-Tools

Unsere Maßnahmen für Deine Sicherheit ⓘ

< Mi., 7 Aug. Datum >

< 2 Gäste >

< 19:00 Zeit >

Suche

https://www.sevenrooms.com/reservations/nuvaaugsburg

<https://www.sevenrooms.com/reservations/nuvaaugsburg>

Login Öffnungszeiten Salon Adresse

... und Schnitt!  
Haarscharf

Dienstleistungen wählen ▾

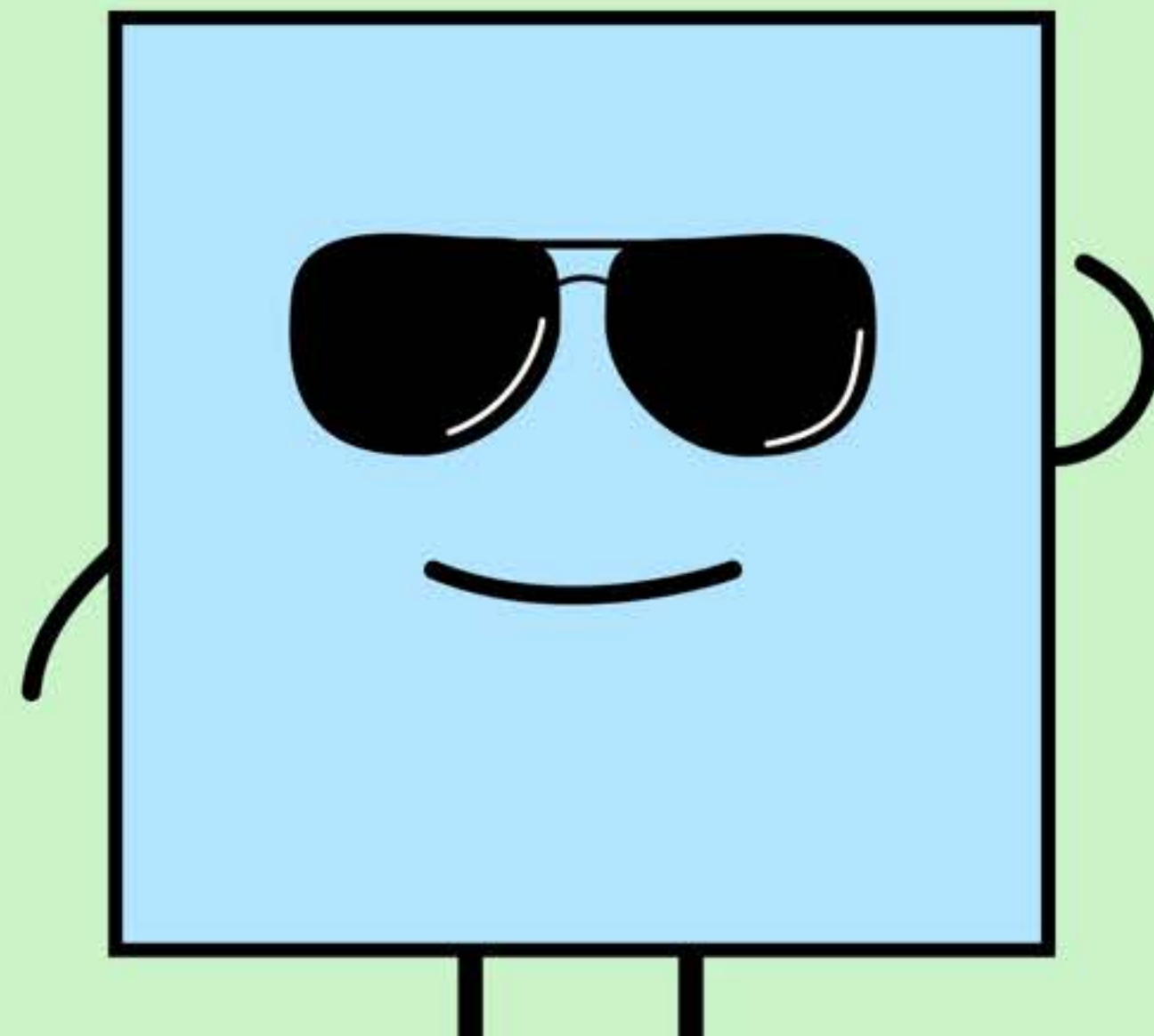
Wunschstylisten wählen ▾

Wunschtermin wählen

https://www.haarscharf-assling.de/terminbuchung.php

<https://www.haarscharf-assling.de/terminbuchung.php>

**Aber ... das sind  
ganz oft Tools von  
Drittanbietern!**

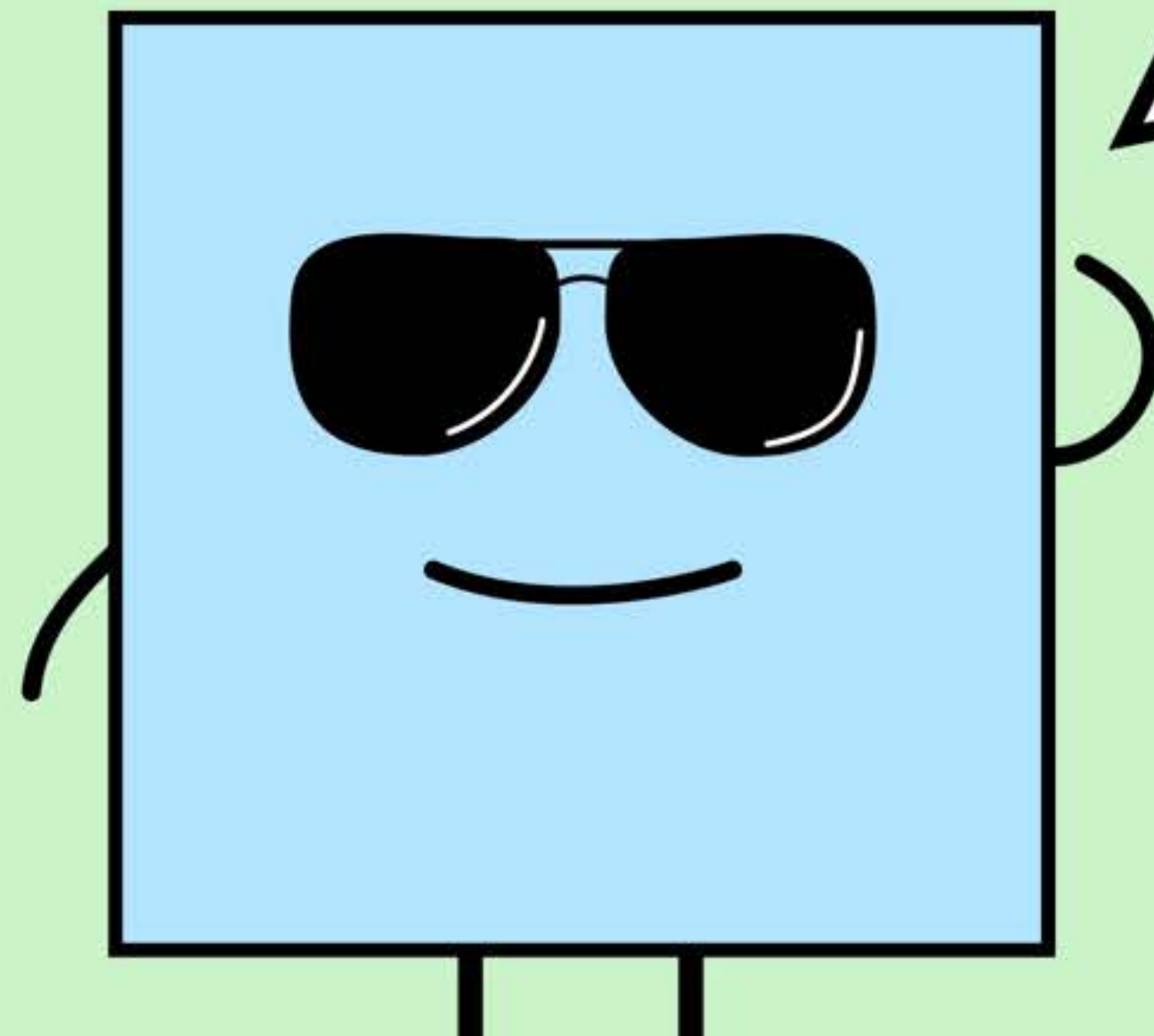


1. Muss der Anbieter des Online-Shops regelmäßig prüfen (lassen), ob die eingebundenen Dienste barrierefrei sind, oder kann er sich auf die Aussagen der Drittanbieter verlassen?

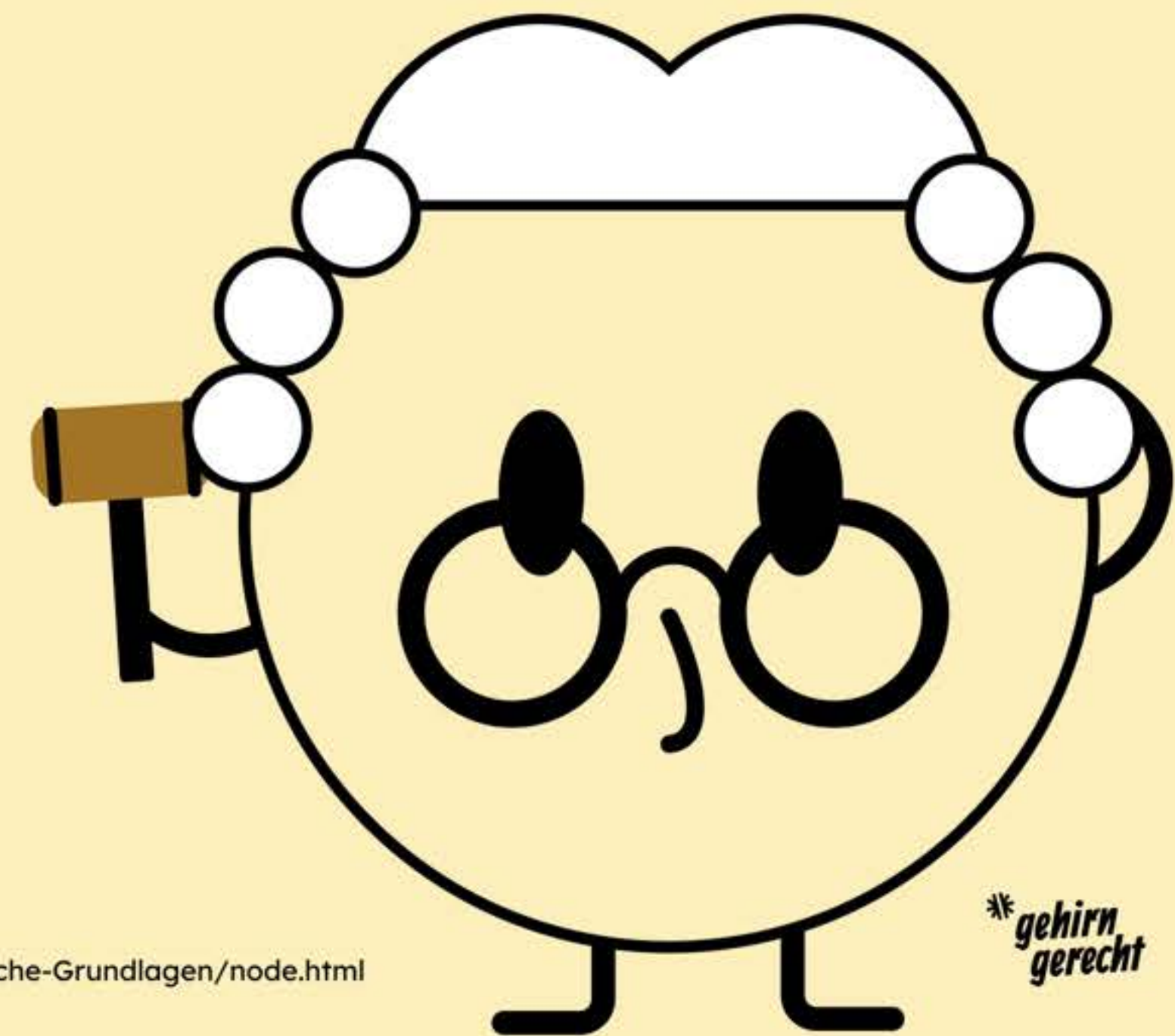


**Du bist “eigentlich” nicht verantwortlich!**

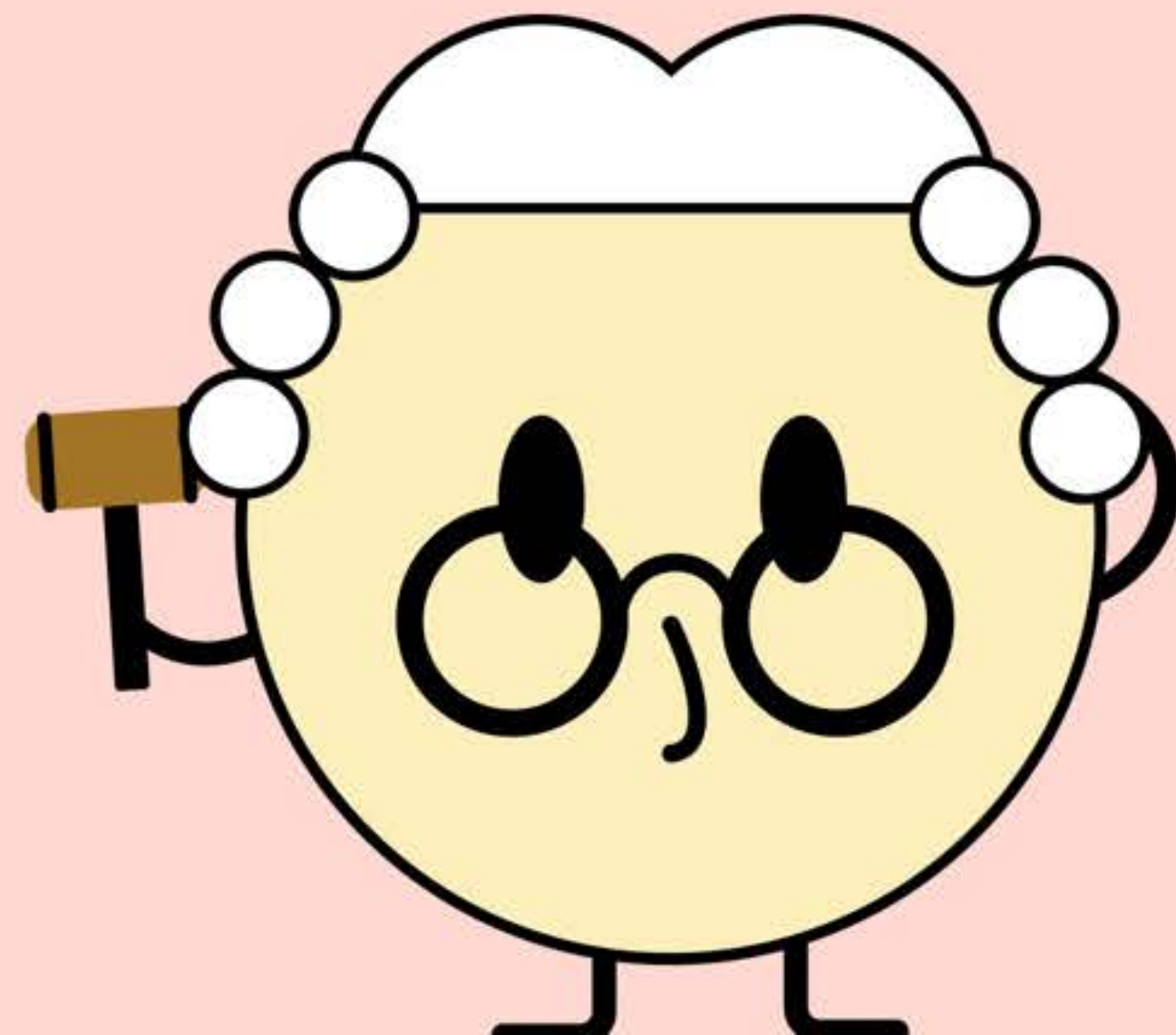
**Gibt es eine  
Übergangsfrist  
für Webseiten?**



**“Keine Übergangsfrist:  
Webseiten und Onlineshops  
sind keine Produkte”**

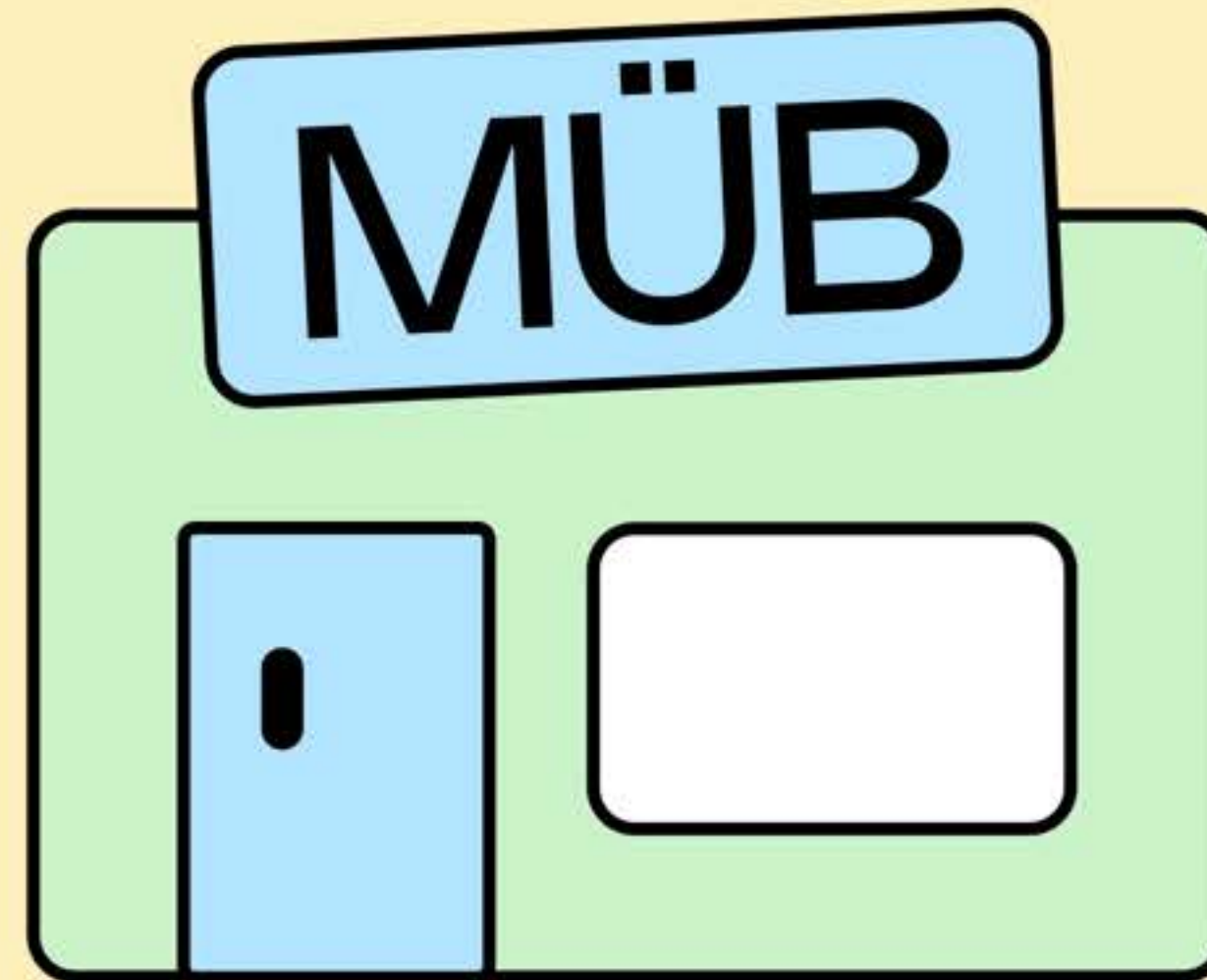


# Konsequenzen

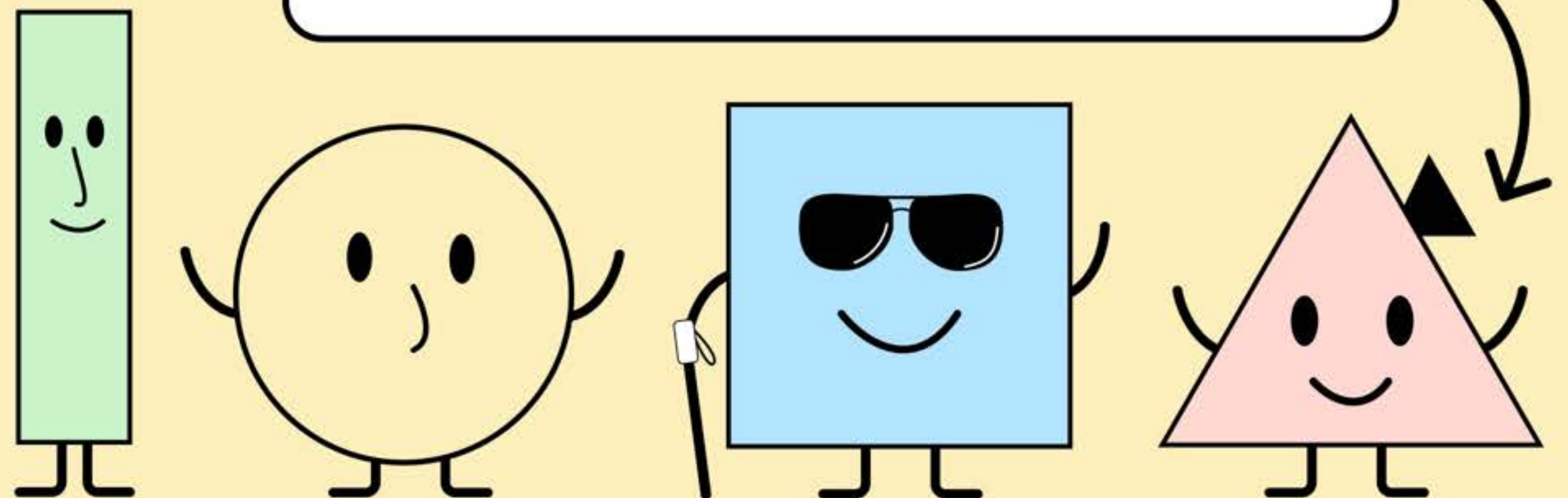


# Wer kann klagen?

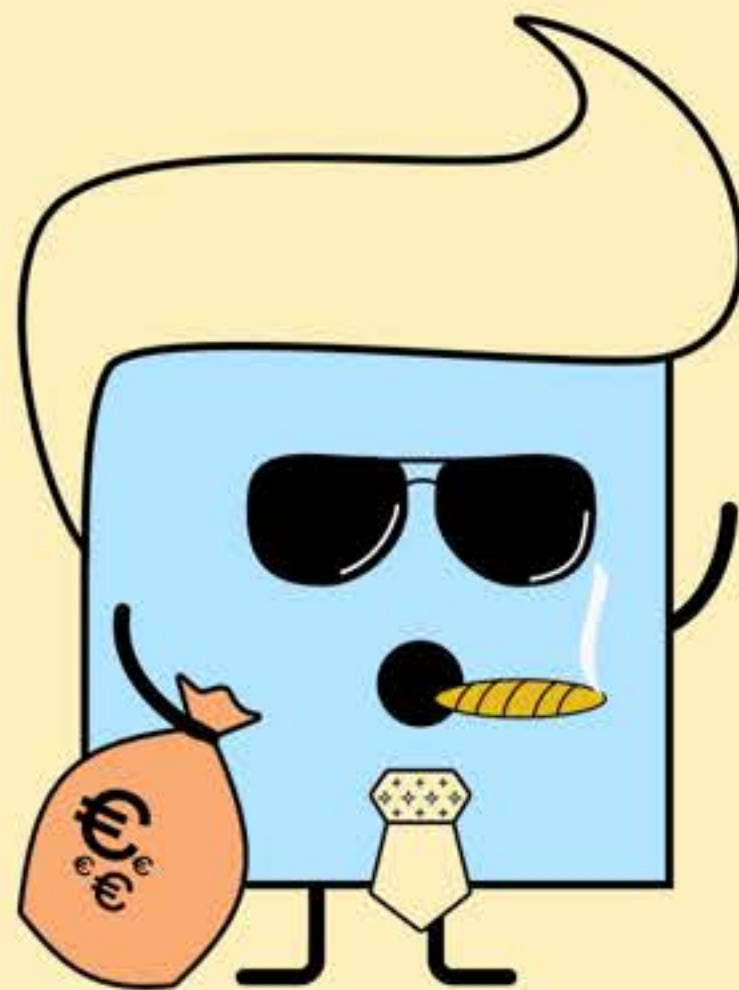
Markt-Überwachungs-Behörde



Menschen mit Behinderung



Konkurrenz-Unternehmen



# Mehr dazu:



The screenshot shows a video player interface for a webinar. The title is "Webinar-Reihe 'BFSG 2025' - Themenbaustein 2: Gesetzliche Grundlagen und Anforderungen im E-Commerce (UT, DGS)". The presenter is Sven Niklas from Bundesfachstelle Barrierefreiheit. The video has a duration of 46:02. The Vimeo logo is visible in the bottom right corner of the player.

 **Webinar-Reihe "BFSG 2025" - Themenbaustein 2: Gesetzliche Grundlagen und Anforderungen im E-Commerce (UT, DGS)**

Bundesfachstelle

Themenbaustein 2

## Gesetzliche Grundlagen und Anforderungen im E-Commerce

Das BFSG im Fokus

mit Sven Niklas  
Bundesfachstelle Barrierefreiheit

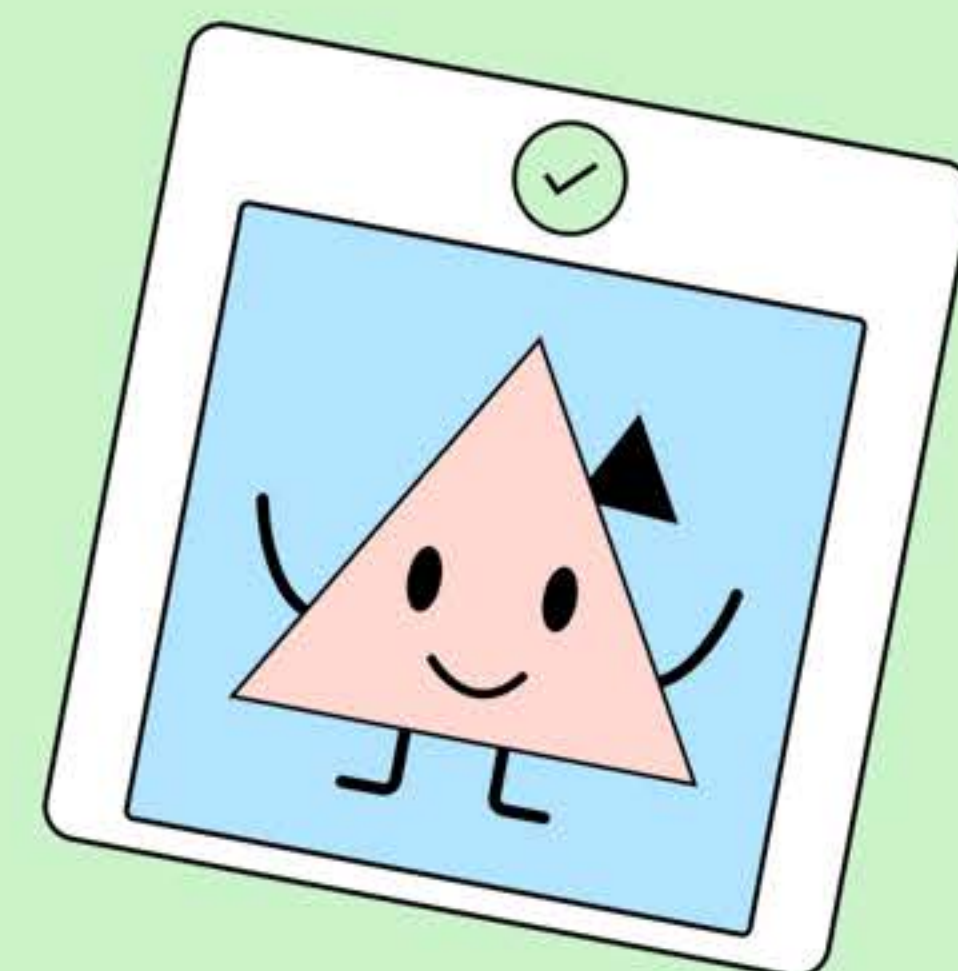
46:02



<https://bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Fachwissen/Produkte-und-Dienstleistungen/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/Webinare-BFSG-2025/Webinar-Baustein-2-gesetzliche-Grundlagen/node.html>



# Umgang mit Farben



# Kontraste von Texten: WCAG LEVEL AA

**4,5:1**

<

**24px**

>

**3:1**

# Kontraste von Texten: WCAG LEVEL AAA

**7:1**

<

**24px**

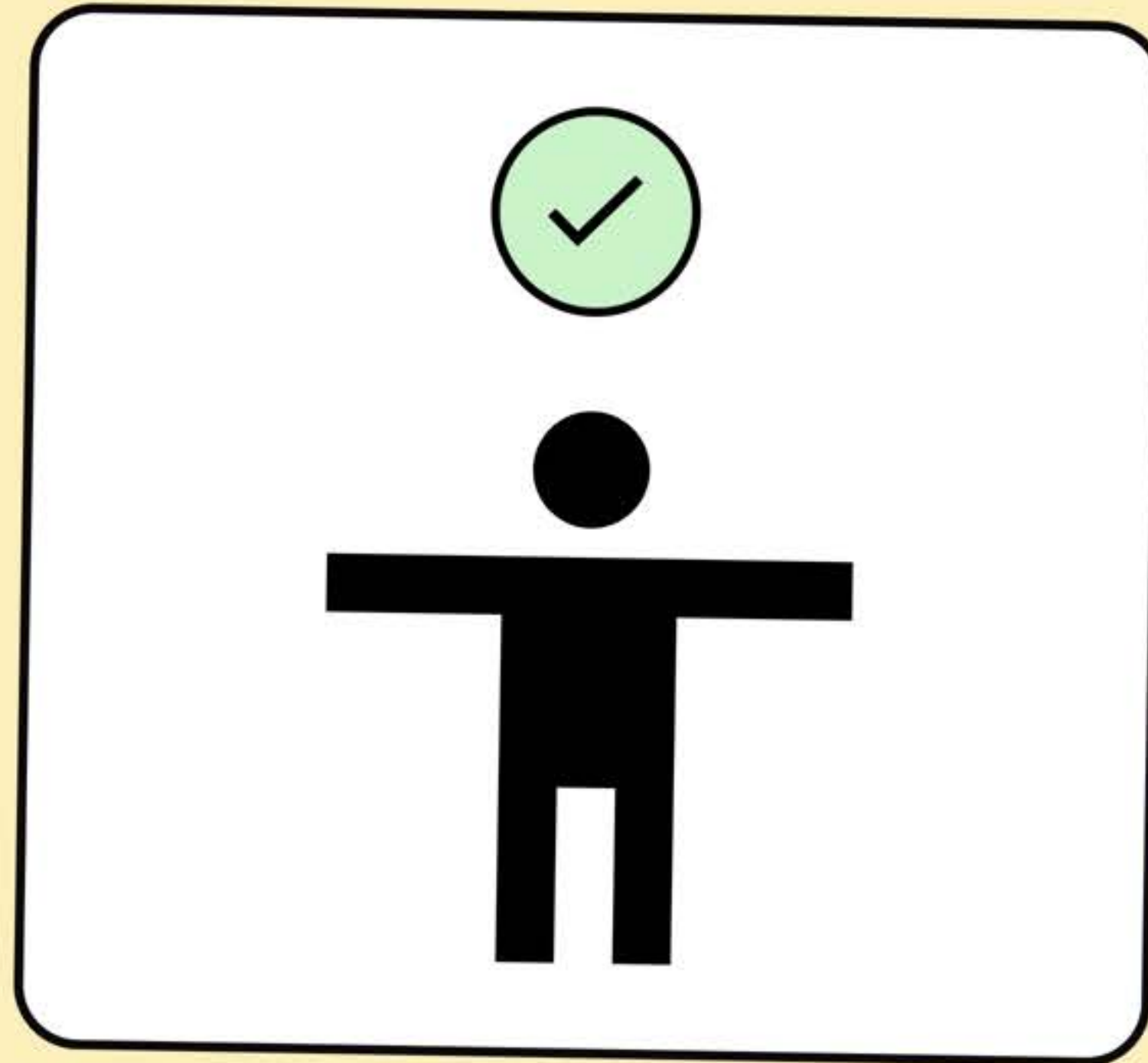
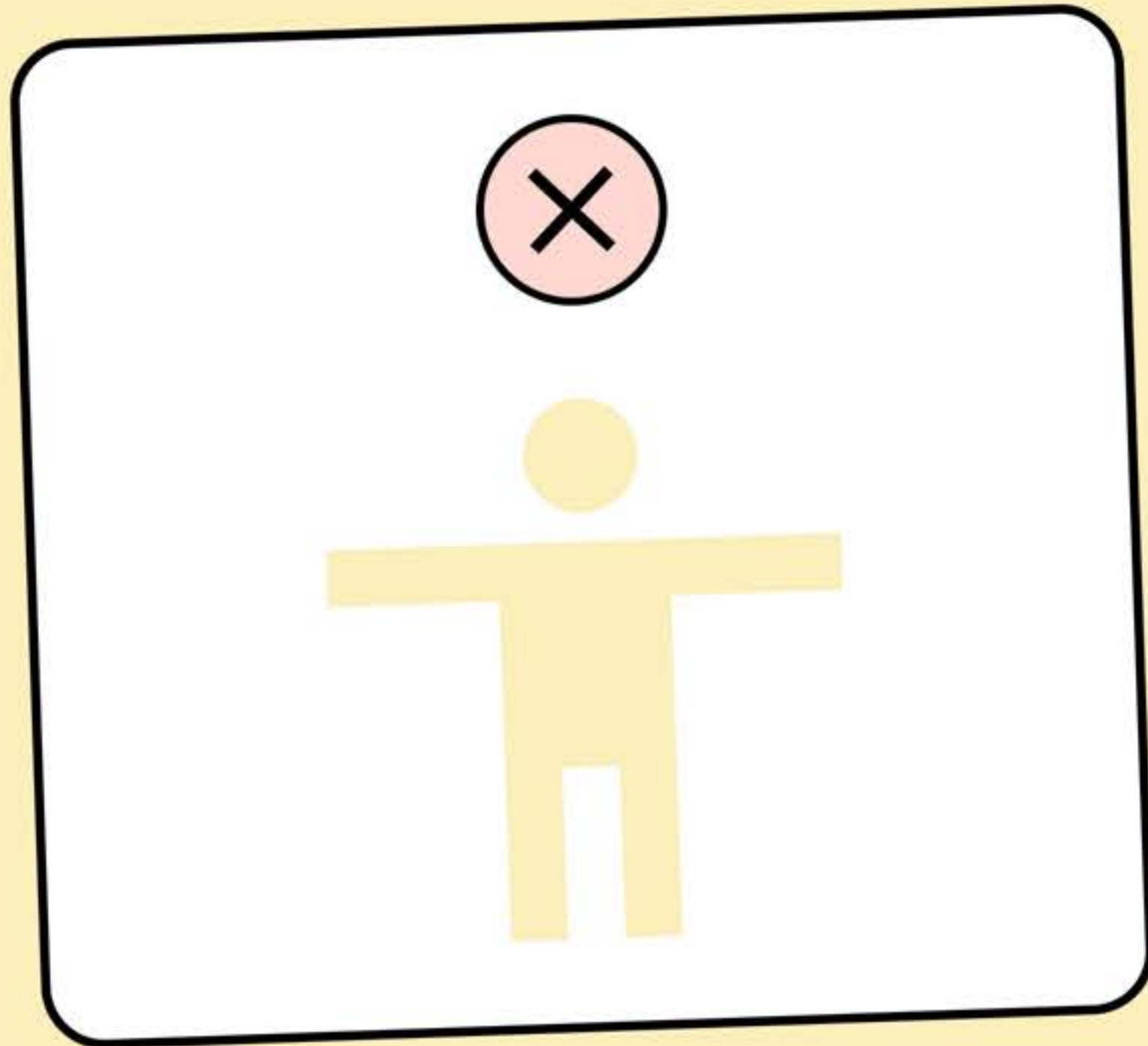
>

**4,5:1**

# Text auf Bild: 4,5:1 bzw. 3:1



# Bedienelemente: Kontrastlevel 3:1

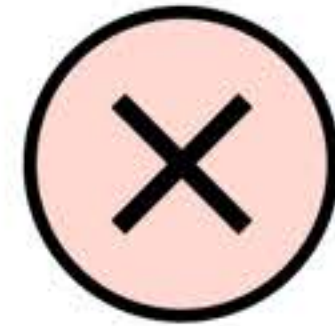


# Inaktive Elemente

Can't touch me! 🎵

Muss keine Kontrast-  
Anforderungen erfüllen ↗

# Fokusrahmen 3:1



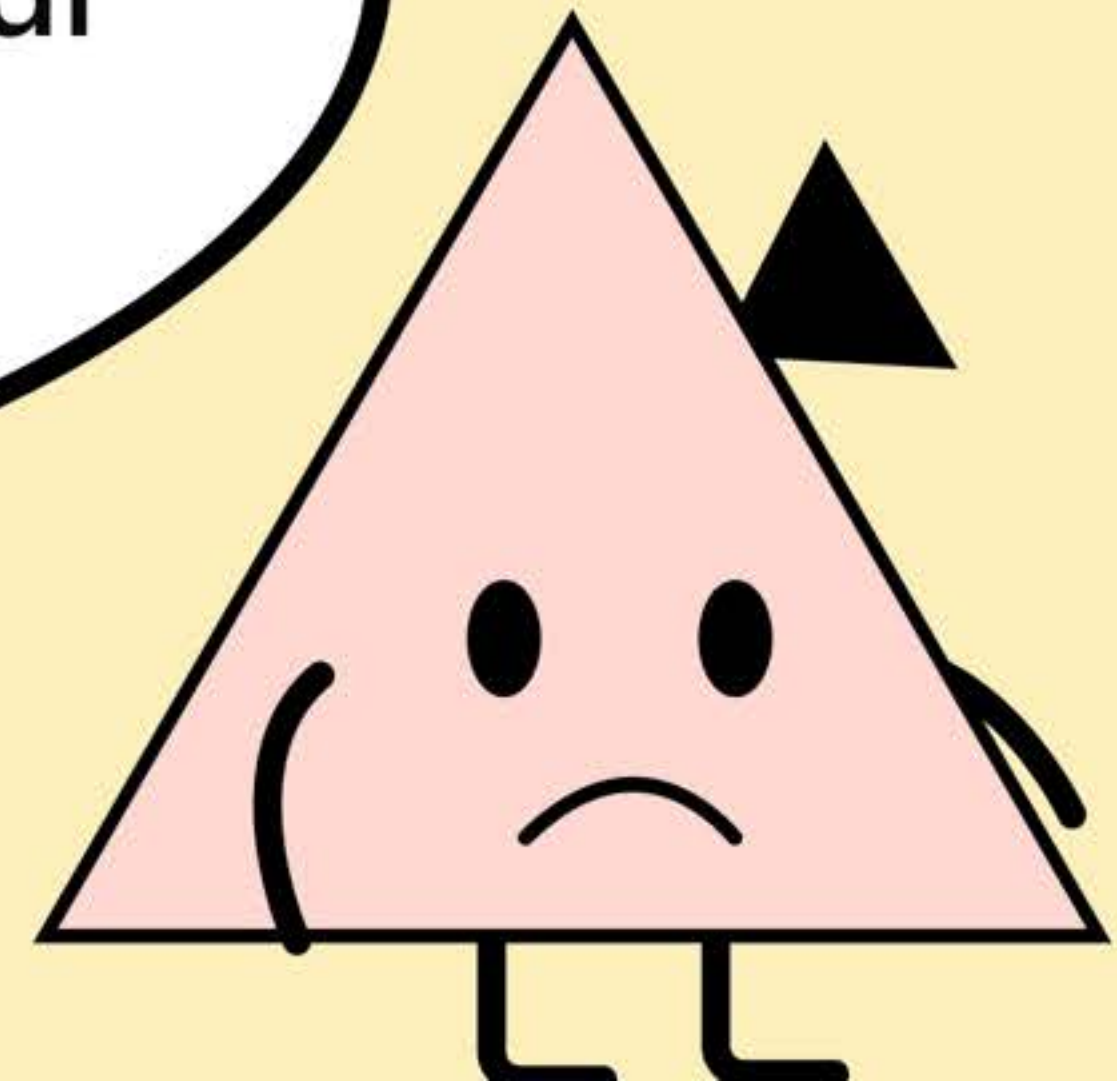
**Fokus-Kontrast zu gering**



**Fokus-Kontrast passt**

# Logos:

Nicht-barrierefrei-Logos zeugen  
aber von einer Marke, die nicht für  
Barrierefreiheit einsteht!



# Beispiele:

## GROSSE 4+2 JUBILÄUMSAKTION

- ✓ 6 Stühle kaufen, 4 bezahlen (S)
- ✓ Über 5.000 Stühle sofort lieferbar
- ✓ Nur für kurze Zeit

Jetzt sparen



### Wie verhalte ich mich nach einem Unfall? ✕

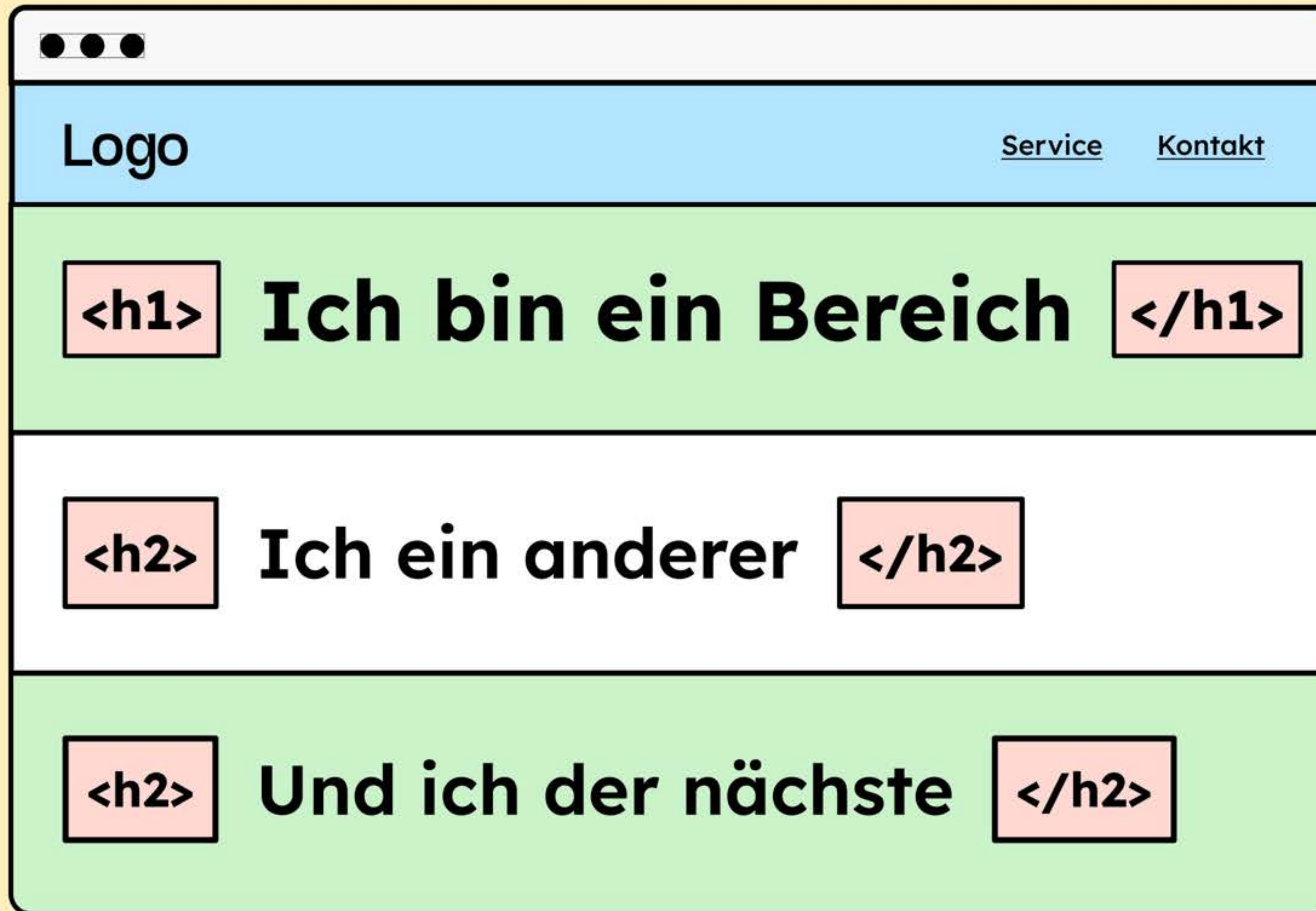
Natürlich hoffen wir – genauso wie Sie –, dass Sie nie einen Unfall haben. Falls es doch mal passiert, sind wir als Versicherer für Sie da, nicht nur finanziell. Der wichtigste Tipp: Wenn es passiert ist, bleiben Sie ruhig. Aufregung nützt niemandem. Orientieren Sie sich an unseren **3 Schritten im Schadenfall**, um weitere Unannehmlichkeiten zu vermeiden.

**<h1>**

**Umgang mit  
Überschriften**

**</h1>**

# Überschriften-Struktur



# Mehr als eine H1?

[h/] HeadingsMap

1 ▾ 2 ▾

Startseite | Bundesagentur für Arbeit

- 1 - Hauptnavigation
- 1 - Willkommen, wie können wir Sie weiterbringen?
- 2 - Unsere Angebote für Bürgerinnen und Bürger

Suche

Startseite > Privatpersonen

# Willkommen



Ist das ok?

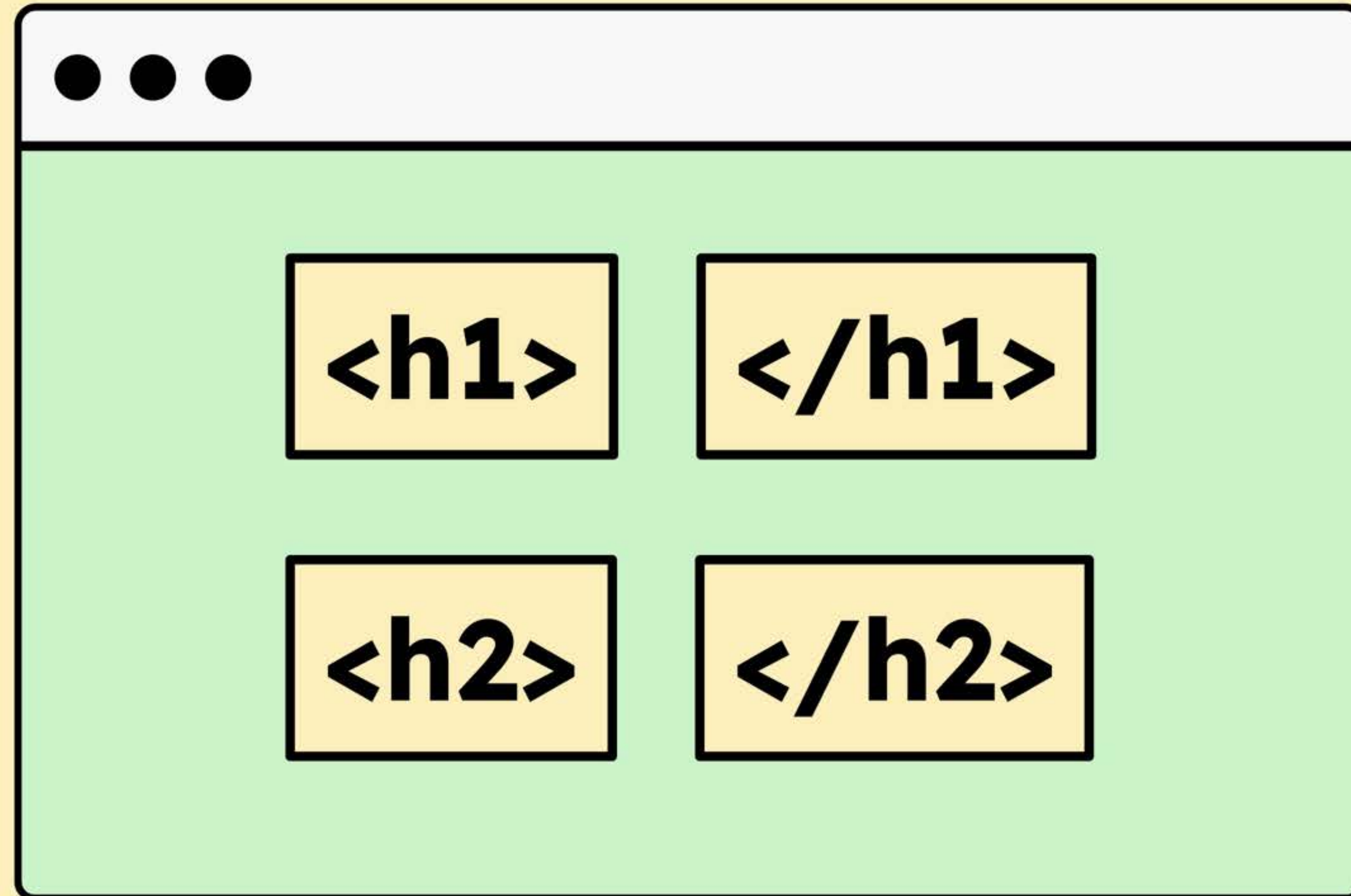
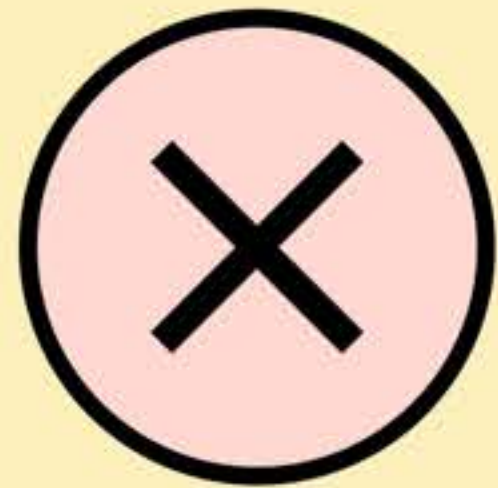
# Versteckte Überschriften

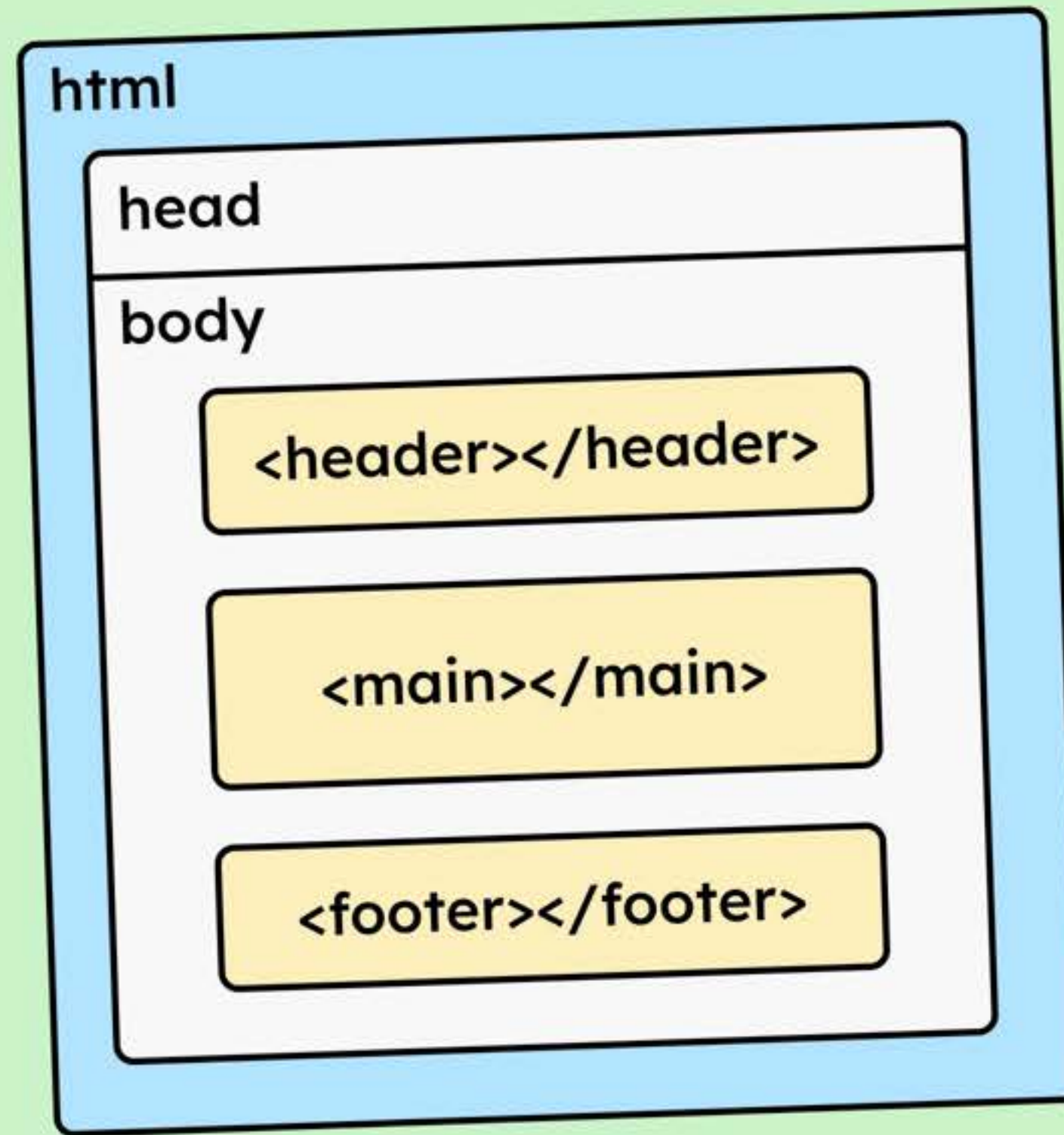
Hier ist eine Überschrift für Sceanreader!



```
Elements Console Sources Network Performance Memory Application Security Lighthouse Recorder  
ei-graueubig.de/wp-content/uploads/2023/08/bio-zertifikat-mit-pfeil.png 515w, https://imkerei-graueubig.de/wp-content/uploads/2023/08/bio-zertifikat-mit-pfeil-300x76.png 300w"  
<h2 id="brxe-inzejt" class="brxe-heading hidden-accessible">Drei von unseren Honigsorten</h2> == $0  
▼ <ul id="brxe-xlrucy" class="brxe-div grid--3 hero_products-ul grid--s-1"> grid
```

# Dürfen nicht leer sein!





# Saubere Struktur

# Seitentitel

**Seitentitel**

**Und Name der Seite**

**Startseite | Gehirngerecht Digital**

**www.gehirngerecht.digital**

# Listen

`<ul>`

`<li>`

Folge Tobias & Nina auf LinkedIn :)

`</li>`

`<li>`

Hol dir den Aufmerksammacher

`</li>`

`<li>`

Mache deine Webseite barrierefrei!

`</li>`

`</ul>`

# Zeilenumbrüche



`<p>`

Das hier ist ein Abschnitt mit Infos.

`<br>`

`<br>`

Und das hier ist ein neuer Abschnitt.

`</p>`



`<p>`

Das hier ist ein Abschnitt mit Infos.

`</p>`

`<p>`

Und das hier ist ein neuer Abschnitt.

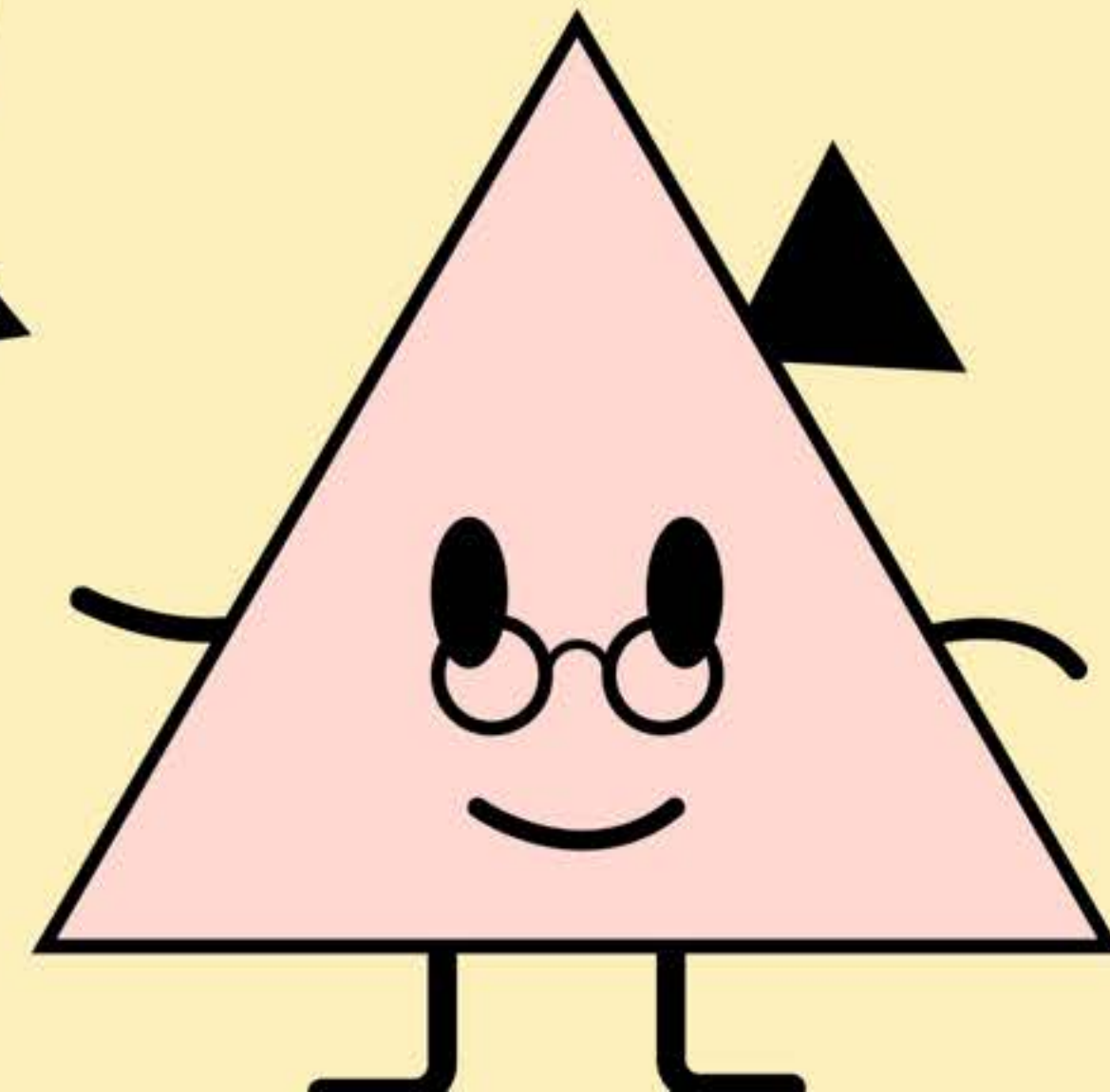
`</p>`

# Zitate

```
<blockquote>
```

**“Zitierst du mich,  
so vergiss die  
Blockquote nicht!”**

```
</blockquote>
```





**Zur Produktübersicht**

# Umgang mit Links

# Links im Kontext



Überschrift alleine  
ist auch Kontext!

Mehr erfahren



<p>

Ich bin der Kontext, ein <p>-  
Elemente mit einem Link darin:

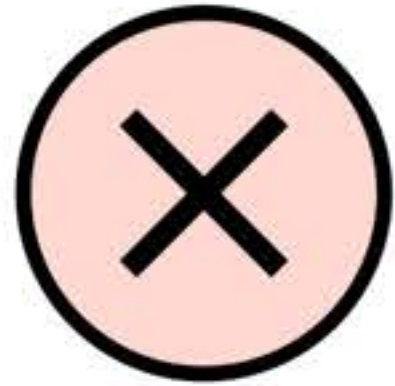
<a>

Mehr erfahren

</a>

</p>

# Besser: Sprechende Links

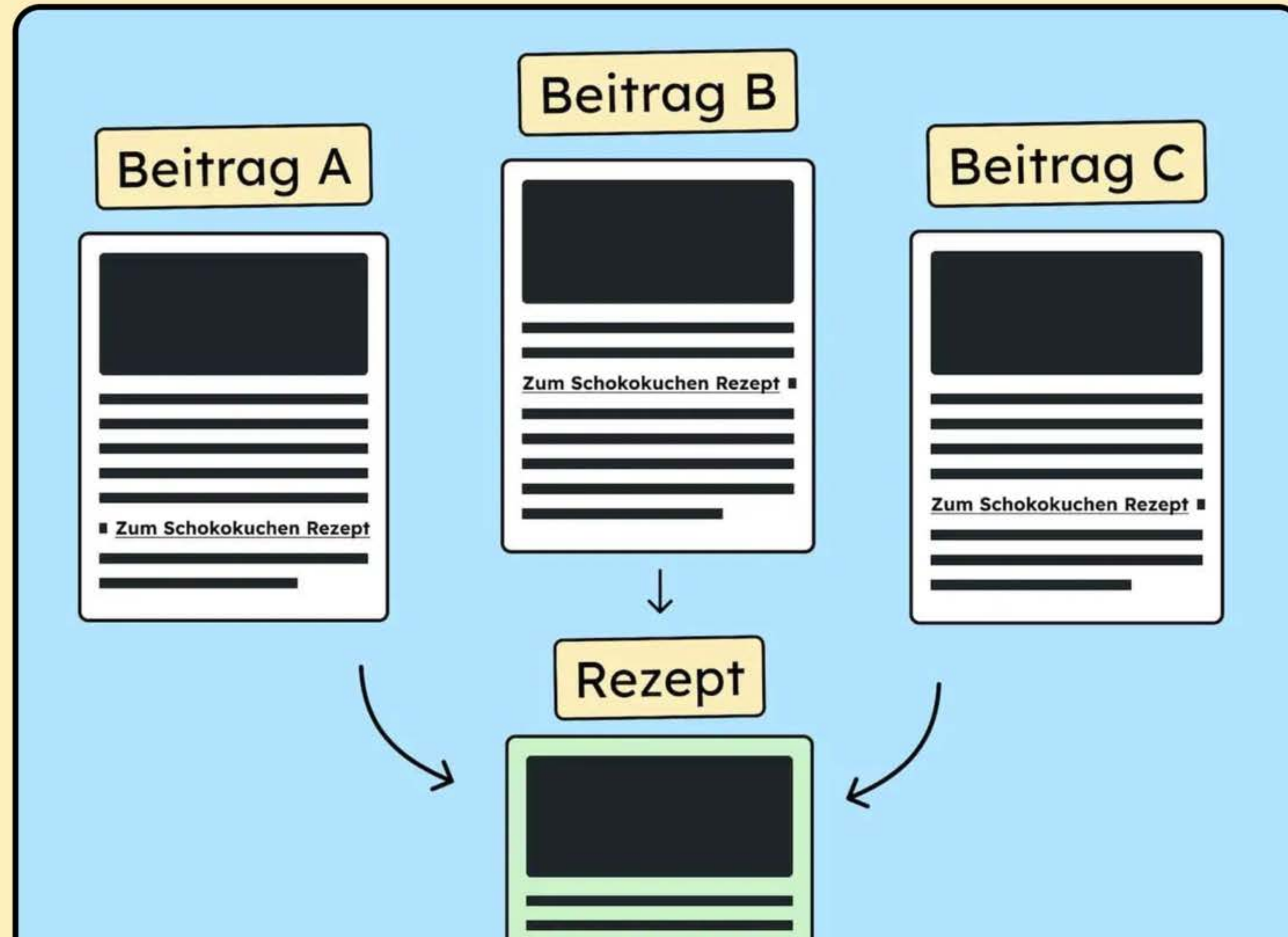


Hier klicken

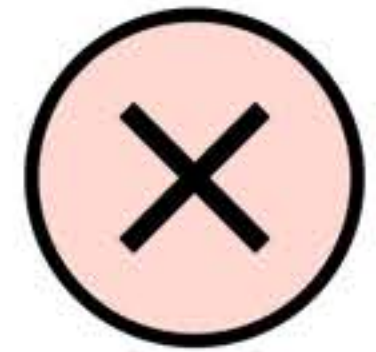


Zur Produktübersicht

# Texte zum gleichen Ziel



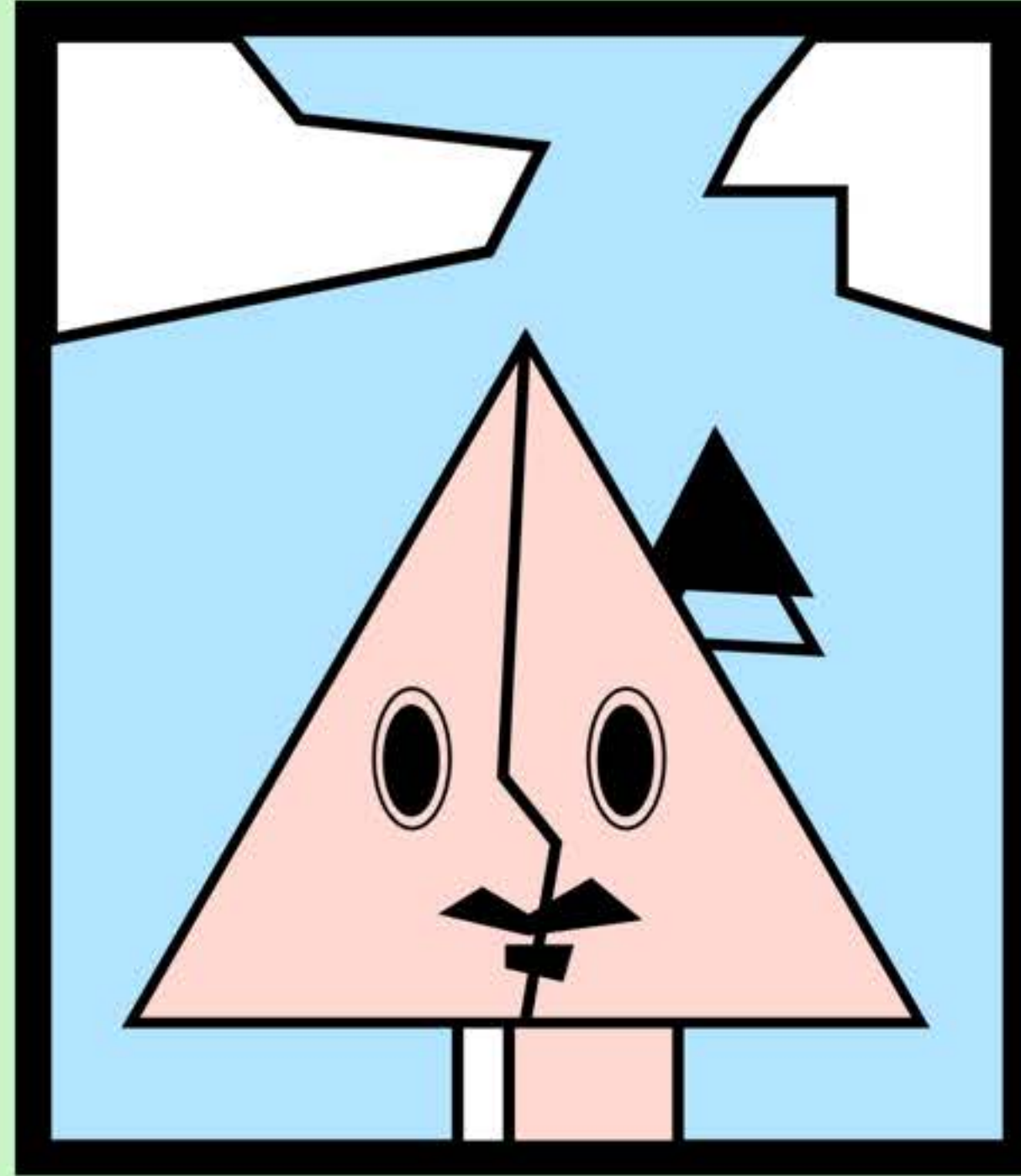
# Besser Usability: Link am Ende!



Hier ist ein Link in den Satz eingebunden.

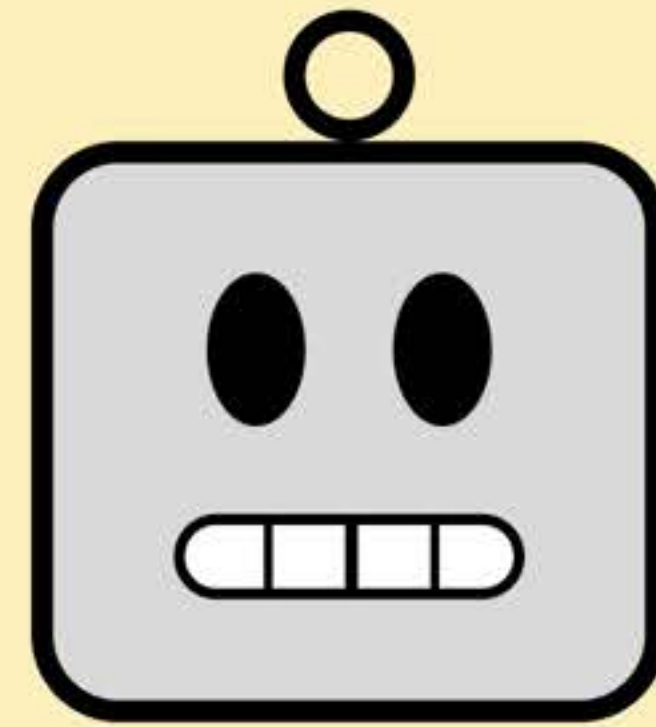
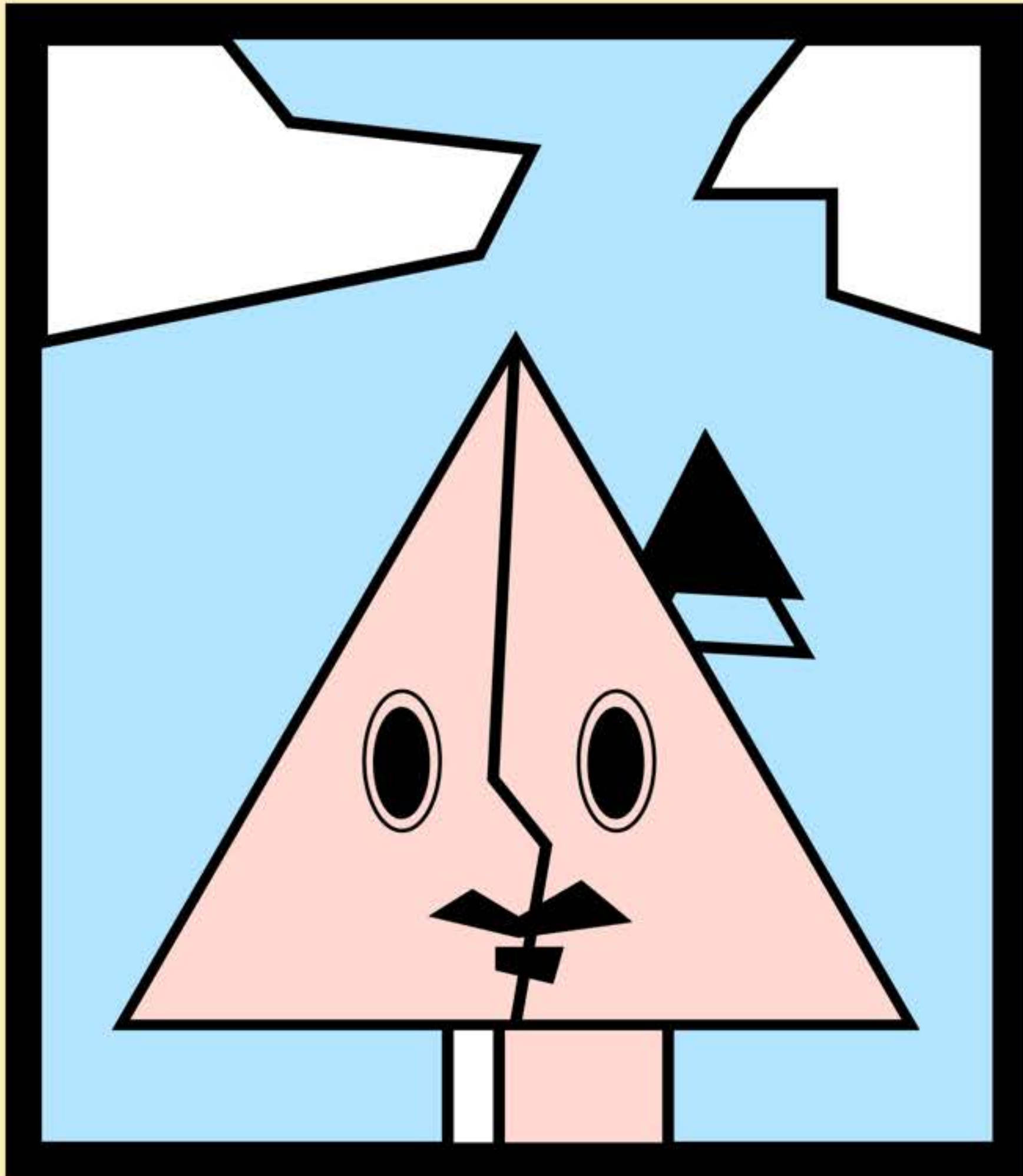


Hier ist ein Satz, mit dem Link am Ende.



# Umgang mit Bildern

# Alt-Texte



**Screenreader:**  
“Ein echter Picasso!”

# Alt-Texte

Sollte nicht länger als 80 Zeichen sein

Inhalt: Kernaussage des Bildes

Inhalt ist abhängig vom Kontext

KEIN Keyword-Stuffing!

# 1. Seite einer Öffentliche Stelle:



“Ein Mädchen in Kapuzenpullover steht strahlend auf unserem inklusiven Spielplatz.”



## 2. Artikel über die Person:



“Sarah steht in einem Kapuzenpullover auf einem Spielplatz. Sie trägt ihr hellbraunes Haar zu einem Zopf gebunden und lächelt freudig strahlend.”



# Dekorative Bilder?



✓ Dopplung



✓ Stock-Image

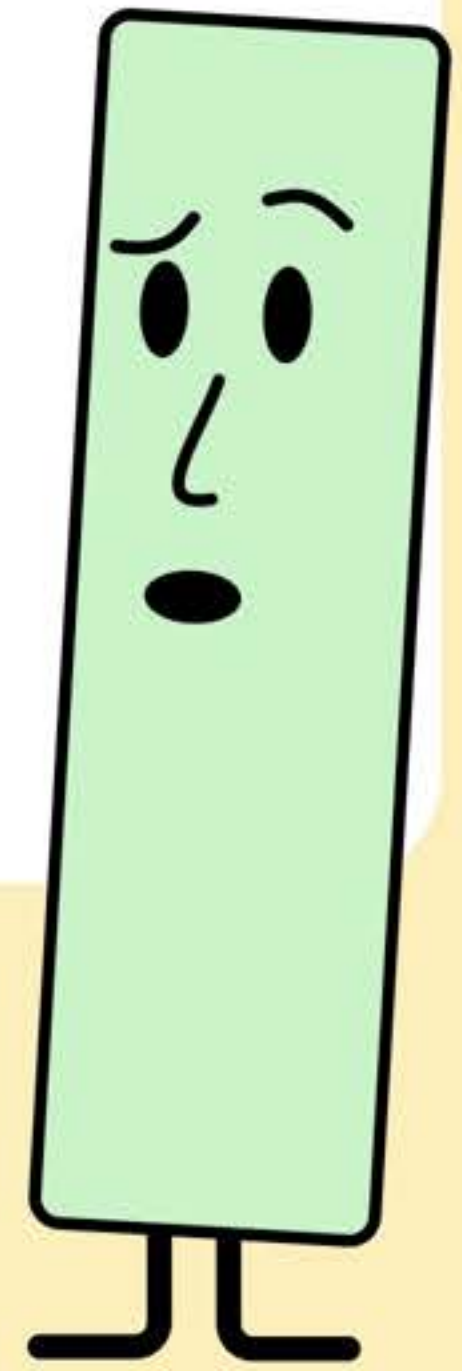
✓ Layout-Element

BERATUNG & VORTRÄGE

# Text auf Bild

**Hier im Bild sollte  
eigentlich kein Text  
stehen, sorry!!!**

Typisch!

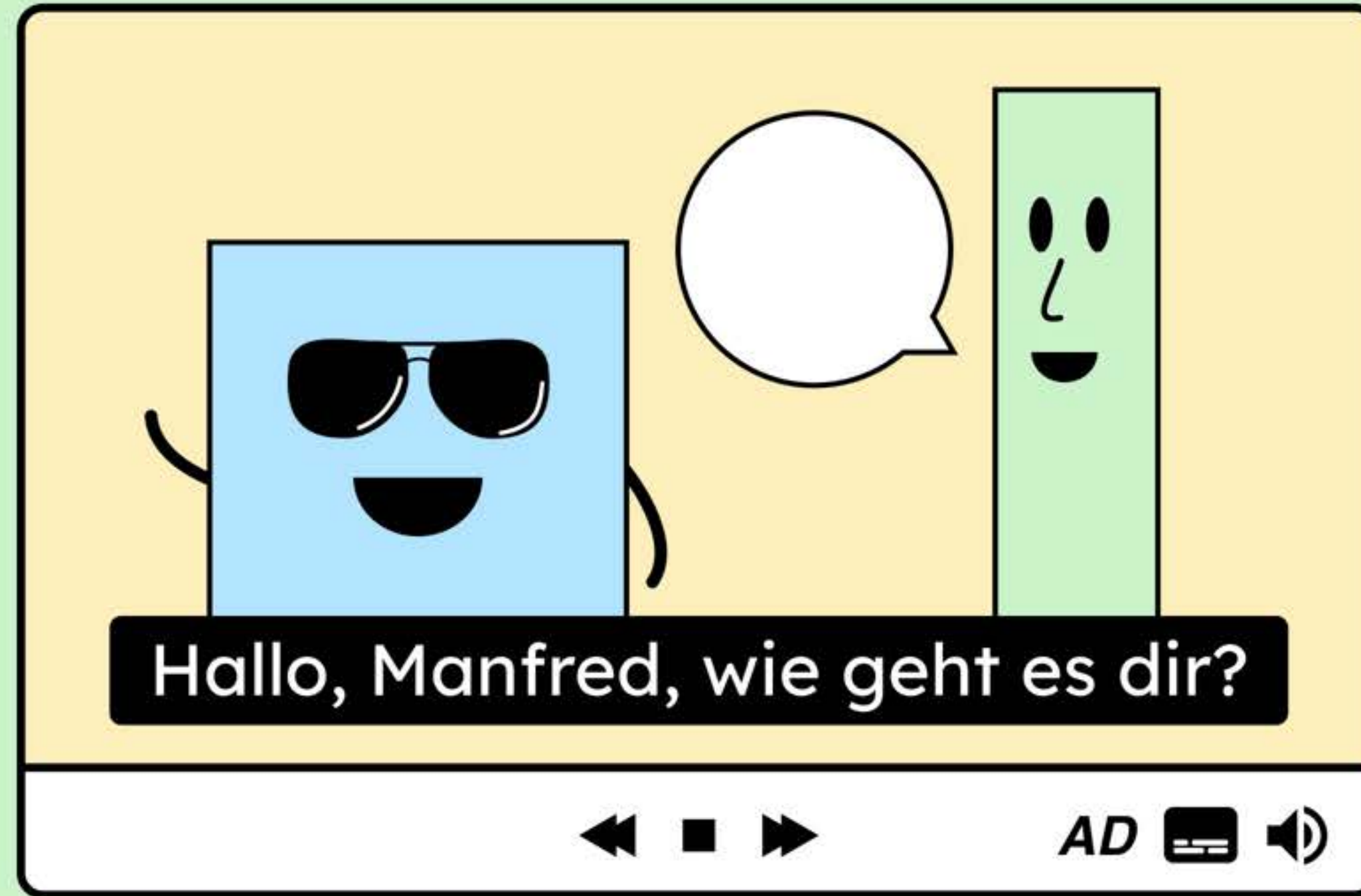


# Infografiken

## 1 Alternative daneben

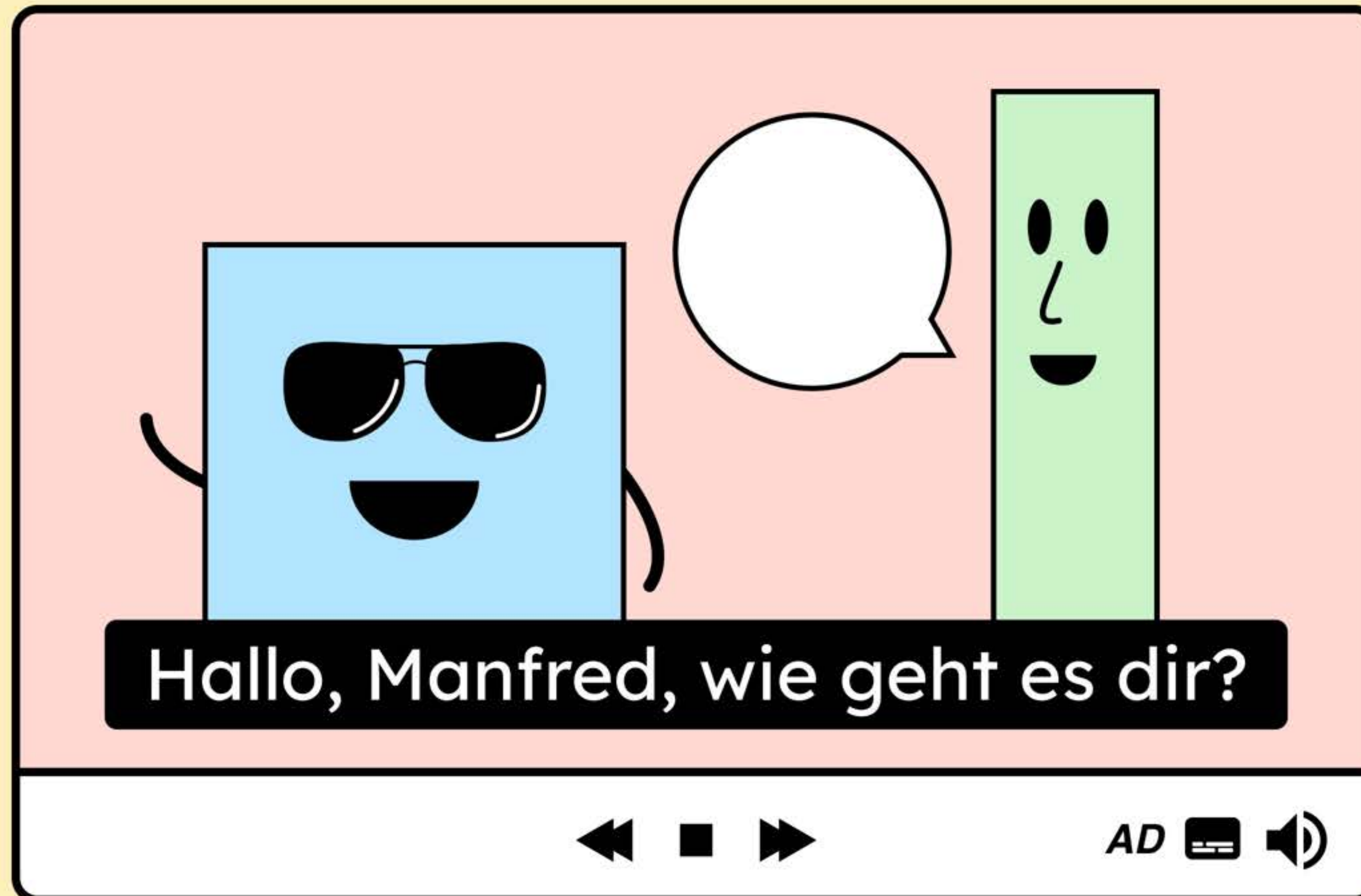


2 [Link zur Beschreibung](#)

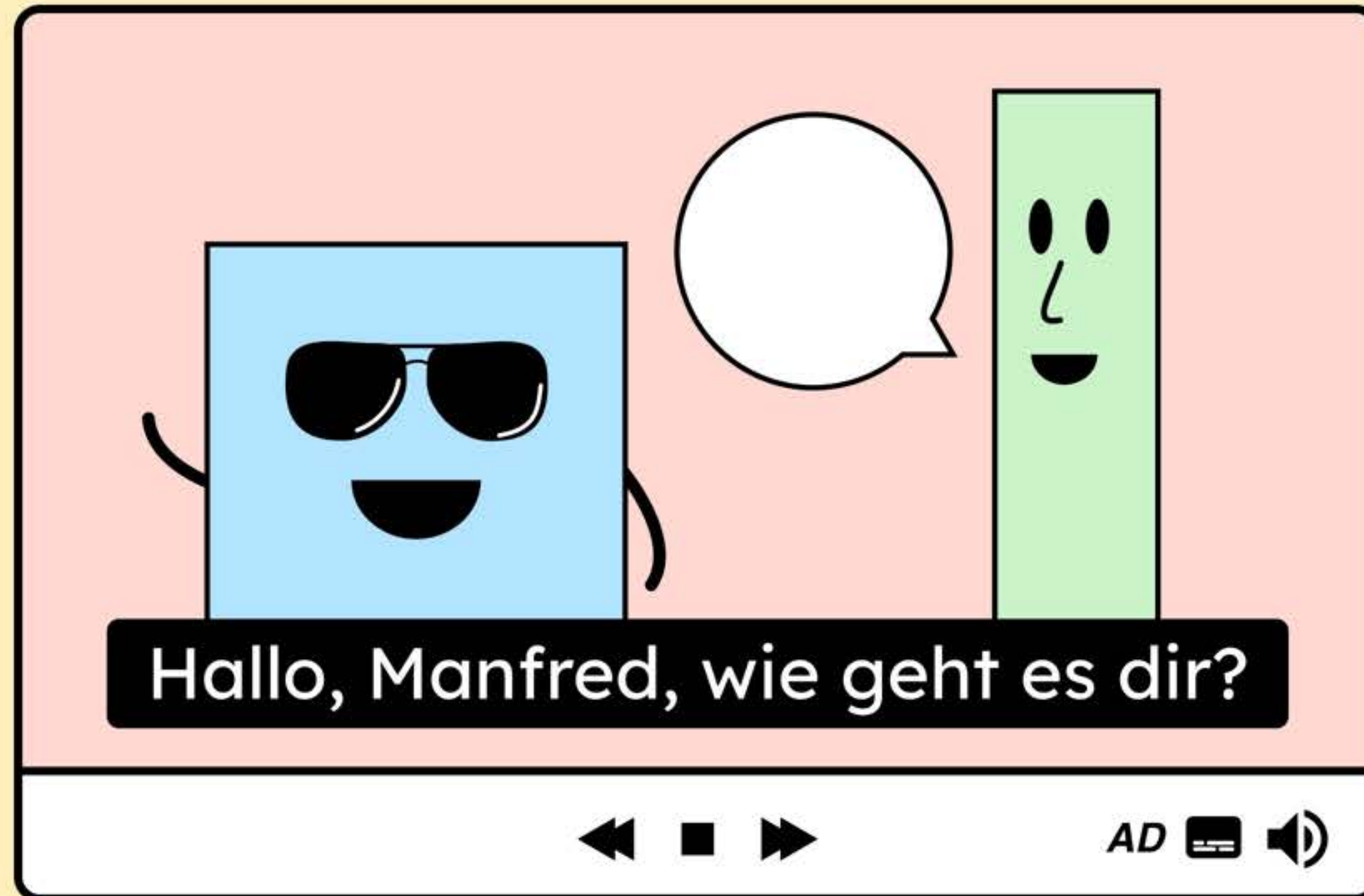



# Augezeichnete Videos mit Ton

# ... brauchen Untertitel.



# ... brauchen Audiodeskription.



 Zwei Figuren stehen sich freudig strahlend gegenüber, einer winkt.

# Tools zum Testen!

