

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Fit für die digitale Barrierefreiheit?

Spezifische Vorgaben für „Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr“



**Vorstellung und
Einstieg**

Referent:innen



Sebastian von Rüden, LL.M. (IP/IT)

Partner | Deloitte Legal | Service Area Digital Law
Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz
Fachanwalt für Informationstechnologierecht

Tel.: +49 211 877 255 44
E-Mail: svonrueden@deloitte.de



André Poeggel

Director | Deloitte Digital
Head of Experience Design & Digital Products

Tel.: +49 211 8772 4917
E-Mail: apoeggel@deloitte.de



Eva Heier

Studio Lead | Deloitte Digital
Experience Design & Digital Products
Certified Professional in Accessibility

Tel.: + 49 40 3208 012 67
E-Mail: eheier@deloitte.de

Agenda

1

Hintergrund & Überblick über das
Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

2

Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr
(§ 2 Nr. 26 BFSG)

3

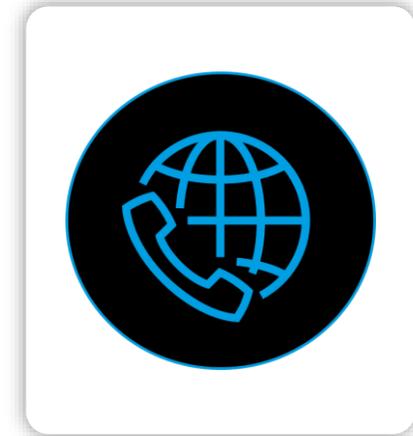
Technische Umsetzung der Barrierefreiheitsanforderungen
Deloitte Digital



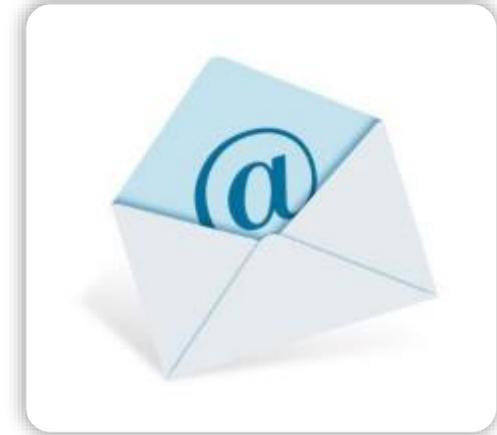
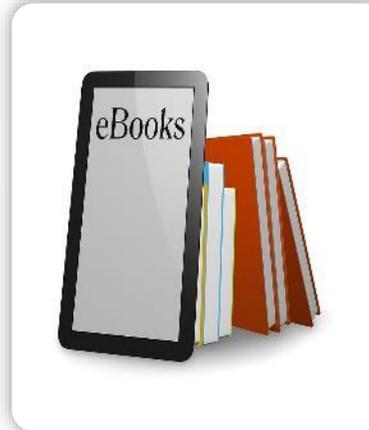
Hintergrund & Überblick über das **Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)**

Digitale Teilhabe

Großer Bedarf



13 Millionen Menschen
in Deutschland mit
Behinderungen oder
Beeinträchtigungen sind
auf digitale Teilhabe
angewiesen



Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

Begriff der „Barrierefreiheit“

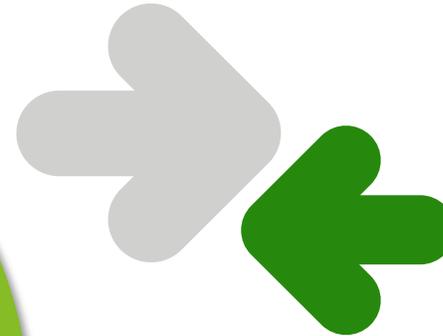
§ 3 Abs. 1 S. 2 BFSG

„Produkte und Dienstleistungen sind **barrierefrei**, wenn sie für Menschen mit Behinderungen

- (i) in der allgemein üblichen Weise,
- (ii) ohne besondere Erschwernis und
- (iii) grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind.“



Die Anforderungen an die Barrierefreiheit werden in der **Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSGV)** konkretisiert.



Menschen mit Behinderungen

Es gibt verschiedene Arten von Behinderungen, die digitale Barrierefreiheit erfordern:

- Motorische Einschränkungen
- Körperliche Einschränkungen
- Gehörlosigkeit, Schwerhörigkeit
- Blindheit, Sehbehinderung, Rot-Grün-Sehschwäche, altersbedingte Seheinschränkung
- Kognitive Einschränkungen
- Lerneinschränkungen

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

Sachlicher Anwendungsbereich

Produkte § 1 Abs. 2 BFSG

- **Hardwaresysteme** (Computer, Notebook, Tablets, Smartphones etc.)
- **Selbstbedienungsterminals** (Geldautomaten, Fahrausweisautomaten, Check-in-Automaten etc.)
- **Interaktive Verbraucherendgeräte** (z.B. Smart-TV)
- **E-Book-Lesegeräte**

Dienstleistungen § 1 Abs. 3 BFSG

- **Telekommunikationsdienste** (z.B. Internetzugangsdienste; Telefon- und Messenger-Dienste, E-Mail-Übertragungsdienste)
- Bestimmte Elemente von **Personenbeförderungsdiensten** (z.B. Webseiten, elektronische Ticketdienste)
- **Bankdienstleistungen** für Verbraucher (z.B. Verbraucherdarlehensverträge, Dienste für ein Zahlungskonto)
- **E-Books** und die hierfür bestimmte Software



Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr



E-Commerce:

- ✓ **Online-Verkauf von Dienstleistungen/ Produkten an Verbraucher**
- ✓ **Online-Terminbuchungen** (z.B. Buchung Friseurtermin bei größerem Friseursalon)
- ✓ **Online-Vertragsanbahnung & Vertragsabschluss** für solche Produkte/Dienstleistungen, die selbst nicht dem BFSG unterfallen (z.B. Fitnessstudio-Vertrag)



Ausnahmen nach §§ 16, 17 BFSG:

- **grundlegenden Veränderung der Wesensmerkmale** des Produkts/der Dienstleistung
- **Unverhältnismäßige Belastung** (übermäßige organisatorische oder finanzielle Belastung)

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

Persönlicher Anwendungsbereich

Adressaten sog. Wirtschaftsakteure (§ 2 Nr. 15 BFSG)

- **Hersteller** von betroffenen Produkten (inkl. Vertrieb)
- **Bevollmächtigter**, der im Auftrag eines Herstellers tätig wird
- **Händler**, der Produkte lediglich vertreibt, aber nicht herstellt
- **Einführer** von Produkten aus einem Drittstaat
- **Dienstleistungserbringer**



Achtung:

Erweiterung der Verantwortlichkeit Dritter nach § 1 Abs. 4 Nr. 4 BFSG für Inhalte und mobile Anwendungen, die vom Wirtschaftsakteur finanziert, entwickelt oder kontrolliert werden.



Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr

Ausgenommen

- **Privatpersonen**
- **Geschäftliche Angebote im B2B-Bereich**
- **Kleinstunternehmen** (§ 3 Abs. 3 S. 1 BFSG)

- (-) reine B2B-Angebote
- (+) Hybride Angebote, die sowohl für B2B- als auch B2C-Kunden nutzbar sind

Kleinstunternehmen

- Weniger als 10 Personen beschäftigt **und**
- Entweder Jahresumsatz von höchstens EUR 2 Mio. oder Jahresbilanzsumme beläuft sich auf höchstens EUR 2 Mio.



Die Voraussetzungen der Mitarbeiteranzahl und Jahresumsatz bzw. Bilanz müssen kumulativ erfüllt sein.

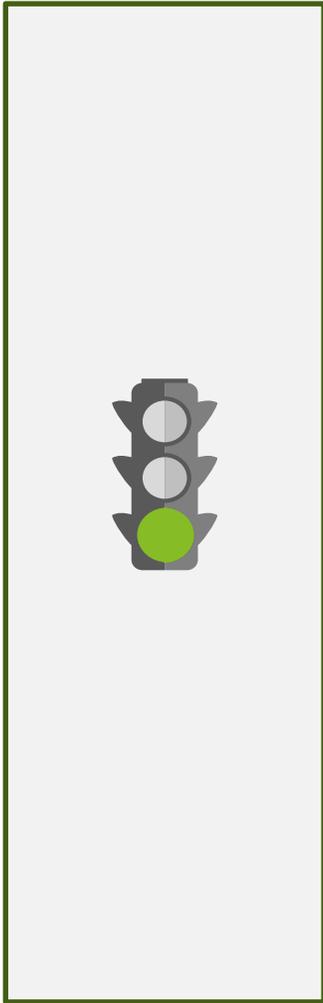
Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr (§ 2 Nr.26 BFSG)



Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr (§ 2 Nr. 26 BFSG)



Mögliche Anwendungsfälle des BFSG im Bereich der „Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr“ (1/3)



- **Online-Shops** und digitale Verkaufsplattformen für Verbraucher
- **Buchungsportale** für Reisen, Veranstaltungen oder Unterkünfte
- **Formulare und Apps** für digitale Vertragsabschlüsse und Kundenportale für Dienstleistungen

Angebot individuell anpassen

Wie willst du reisen? Eigene Anreise Mit Flug Mit der Bahn

Sa., 19.07.25 - Mi., 04.02.26, beliebig

2 Erwachsene

A-ROSA Ostseehotel Kühlungsborn

Di., 16. Dez. 2025 - Mi., 17. Dez. 2025 | Hotelnacht

2 Erwachsene

Doppelzimmer Landseite Superior (DSL)

Frühstück

ANGEBOTSDetails →

Eigenanreise

Nur Hotel

Reisepreis **188 €**

94 €

60stüdiges Angebot

Angaben zur Vorversicherung

Bitte teilen Sie uns nun mit, ob Sie bereits eine eigene auf Ihren Namen laufende Privat-Haftpflichtversicherung haben oder hatten.

Sollten Sie zuvor bei einem Familienmitglied oder einer anderen Person mitversichert gewesen sein, können Sie die folgende Frage vernachlässigen.

Haben oder hatten Sie bereits eine Privat-Haftpflichtversicherung auf Ihren Namen?

Ja Nein

Ihre Berechnung

- Sich selbst ohne Kinder (Single-Tarif)
- Auszubildender
- inkl. Junge-Leute-Bonus und Kundenbonus
- Comfort-Tarif
- Ohne Selbstbeteiligung

37,09 € pro Jahr

Kundenportal „Meine Versicherungen“

Bitte melden Sie sich mit Ihrem Benutzernamen und Ihrem Passwort an. ⓘ

DEIN WARENKORB

Loire Gürtel

Regular Black - Schwarz

95 Qty: 1

39,95 €

Mögliche Anwendungsfälle des BFSG im Bereich der „**Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr**“ (3/3)

Wann wirken Webseiten und/oder mobile Apps **auf den Abschluss eines Verbrauchervertrages** hin?



- *Bereitstellung von interaktiven Kontaktformularen?*
- *Websites mit Cookie-Paywall [Pur-Abo-Modelle]?*
- *Support-Seiten/Online-Kundenservice?*
- *Vertragsdokumente?*
- *Online-Terminbuchungen/-Terminvereinbarungen (Offline-Produkte bzw. Offline Dienstleistungen)?*
- *E-Mail-Kommunikation (mit und ohne Call-to-Action-Button)?*
- *Live-Chats?*
- *Kostenlose Online-Angebote (Registrierung Online-Community; Gewinnspiele; Newsletteranmeldung)?*
- *Online-Bewerbungsformulare?*

Übergangsphase nach dem BFSG / Ausnahmen vom Anwendungsbereich für bestimmte Inhalte



Es gibt keine Übergangsfrist für **E-Commerce-Angebote**

Übergangsphase nach § 38 BFSG

- **Vorhandene Geräte:** Unternehmen können bis zum 27.06.2030 weiterhin ihre Dienstleistungen unter Einsatz von Geräten und Technologien erbringen, die sie bereits vor dem 28.06.2025 im Einsatz hatten [Ältere E-Book-Reader, Smartphones, Tablets]
- **Bestehende Verträge:** Verträge, die vor dem 28.06.2025 abgeschlossen wurden, können unverändert fortbestehen bis sie enden, aber nicht länger als bis zum 27.06.2030 [z.B. Abos für Streaming-Dienste; Mitgliedschaften in Online-Bibliotheken]
- **Selbstbedienungsterminals:** Geräte wie Geldautomaten oder Fahrkartenautomaten, die vor dem 28.06.2025 installiert wurden und den damaligen Regeln entsprachen, dürfen weiterhin genutzt werden, bis sie das Ende ihrer Lebensdauer erreicht haben, maximal jedoch bis 15 Jahre nach ihrer Inbetriebnahme

Ausnahme von Anwendungsbereich für bestimmte abschließend in § 1 Abs. 4 BFSG gelistete Inhalte

- **Aufgezeichnete zeitbasierte Medien** (Audio, Video), die vor dem 28.06.2025 veröffentlicht wurden [z.B. Produktvideos]
- **Dateiformate für Büroanwendungen**, die vor dem 28.06.2025 veröffentlicht worden sind [z.B. alte PDF- oder Microsoft-Office-Dateien]
- **Archivierte Inhalte**, die nach dem 28.06.2025 nicht mehr aktualisiert werden [z.B. Online-Archiv von Versicherungsbedingungen]
- **Inhalte Dritter, die** von dem betreffenden Wirtschaftsakteur weder finanziert, noch entwickelt noch dessen Kontrolle unterliegen [*aber:* wer externe Inhalte von Drittanbietern einbindet, muss sicherstellen, dass sie barrierefrei sind, denn er „kontrolliert“ die Einbindung]

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Überblick über Sanktionen, Durchsetzung- & Überwachungsmechanismen

Überwachungsmaßnahmen der Marktüberwachungsbehörde

Produkte:

- **Anlassunabhängige Marktüberwachung** anhand der von den Bundesländern entwickelten Marktüberwachungsstrategie
- **Anlassbezogene konkrete Überprüfung** einzelner Produkte bei Anhaltspunkte für fehlende Konformität mit dem BFSG

Dienstleistungen:

- **Anlassunabhängige stichprobenartige Überprüfung** von Dienstleistungen durch die Marktüberwachungsbehörde auf Konformität mit dem BFSG
- **Anlassbezogene konkrete Überprüfung** einzelner Dienstleistungen bei Anhaltspunkten für fehlende Konformität mit dem BFSG

Sanktionen

Verstöße gegen das BFSG:

1. **Anordnungen/Verfügungen der Marktüberwachungsbehörde**
 - Untersagungsverfügungen
 - Verpflichtungen zum Produktrückruf
2. **Bußgelder (§ 37 BFSG)**
 - In leichten Fällen: bis zu EUR 10.000
 - In schweren Fällen: bis zu EUR 100.000

Verstöße gegen die DSGVO:

Ein **datenschutzrechtliches Risiko** besteht insb., wenn im Rahmen der barrierefreien Gestaltung von Websites und mobilen Anwendungen (z.B. bzgl. der barrierefreien Gestaltung von Einwilligungen) gesundheitsbezogene Daten erhoben und verarbeitet werden.

Durchsetzungsmöglichkeiten

Verwaltungsverfahren:

Verbraucher & anerkannter Verband nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) bzw. qualifizierte Einrichtung nach dem Unterlassungsklagegesetz (UKlaG):

Berechtigung zur Initiierung eines behördlichen Vorgehens gegen die Wirtschaftsakteure nach §§ 29 f. BFSG

Verwaltungsgerichtsverfahren:

Verbraucher & anerkannter Verband nach BGG/qualifizierte Einrichtung nach UKlaG [Verbandsklagerecht]:

Möglichkeit der Erhebung der Klage vor den Verwaltungsgerichten bei behördlicher Ablehnung des Antrags auf Tätigwerden

Zivilrechtliche Möglichkeiten:

- **Abmahnungen** auf der Grundlage des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), insbesondere durch Mitbewerber oder Verbraucherschutzverbände
- **Gewährleistungsansprüche** nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) bei Produkten: Bei Produkten kann ein Verstoß gegen das BFSG auch einen Sachmangel begründen



Reputation

Auskunftspflicht der Marktüberwachungsbehörden gegenüber Verbrauchern:

Mitteilungspflicht, ob Unternehmen die Anforderungen nach dem BFSG erfüllen, § 21 Abs. 4 BFSG (Produkte) & § 28 Abs. 4 BFSG (Dienstleistungen)

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) – Anforderungen & Pflichten Websites (E-Commerce)

Richtlinie (EU) 2019/882
European Accessibility Act – EAA



Umsetzung der RL in Deutschland durch

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)



Konkretisierung der Anforderungen an die Barrierefreiheit nach dem BFSG durch

Verordnung zum BFSG (BFSGV)

BFSGV verweist auf „Stand der Technik“
→ **für Websites:** Über die harmonisierte Norm EN 301 549 finden die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) Anwendung

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)

Internationaler Standard zur barrierefreien Gestaltung von Websites; enthält insgesamt 78 Kriterien, die auf unterschiedliche Formen von Beeinträchtigungen ausgerichtet sind

We build Accessible Digital Experiences

Digital Accessibility strives to keep a digital experience meaningful and usable for everyone



WE ARE COMMITTED TO INCLUSIVITY AND ACCESSIBILITY, VALUES THAT ARE DEEPLY INGRAINED IN THE DNA OF OUR TEAMS.

Wir unterstützen Sie, indem wir Websites und Anwendungen prüfen, um Barrieren für Menschen mit Behinderungen zu identifizieren und die Einhaltung von Standards wie EAA, BFSG und BITV sicherzustellen.

*Digitale Barrierefreiheit erschließt **bis zu 20 % mehr potenzielle Kunden**, verbessert die Suchmaschinenoptimierung (SEO), spricht eine wirtschaftlich starke Zielgruppe an, schützt vor rechtlichen Risiken und ist eine zukunftsichere Investition.*

GROÙE ZIELGRUPPE

Etwa 15-20 % der Weltbevölkerung (über 135 Millionen in der EU) leben mit einer Behinderung, so dass die Barrierefreiheit Ihr Angebot einem großen Publikum zugänglich macht.

DEMOGRAFISCHER WANDEL

Da mehr als 25 % der EU-Bürger 60 Jahre oder älter sind, entspricht barrierefreies Design den Bedürfnissen einer immer älter werdenden Nutzergruppe.

EINHALTUNG VON RECHTSVORSCHRIFTEN

In den USA werden jährlich über 4.000 Klagen gegen den ADA eingereicht, und das europäische Gesetz über die Barrierefreiheit wird im Juni 2025 verbindlich, so dass eine frühzeitige Einhaltung der Vorschriften das rechtliche und finanzielle Risiko mindert.

WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG

Menschen mit Behinderungen verfügen über eine jährliche Kaufkraft von rund 490 Milliarden Dollar in den USA (und Hunderte von Milliarden in Europa), was sie zu einem wichtigen Kundensegment macht.

VERBESSERTES SEO

Semantische, gut strukturierte, zugängliche Websites können die Sichtbarkeit bei der Suche um bis zu 50 % erhöhen, was zu deutlich mehr organischem Verkehr führt.

Barrierefreiheit

Je nach Umfang und Anforderungen können wir mit unserem Team von Accessibility-Experten aus den Bereichen UX/UI-Design und Frontend Development unseren Kunden bestmöglich unterstützen, um in enger Abstimmung den Status Quo abzuleiten und Sie bestmögliche zu unterstützen.

BEKANNTE HERAUSFORDERUNGEN

- Barrierefreiheit ist **kein einmaliges Projekt**. Die Kunden unterschätzen oft die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Überwachung, der Korrektur neuer Inhalte und der Aktualisierung im Zuge der Weiterentwicklung von Standards.
- Im Zusammenhang mit knappen Budgets und dringenden Terminen wird die Barrierefreiheit **oft als zweitrangig betrachtet**, insbesondere wenn sie als Ermessensfrage und nicht als grundlegende Anforderung angesehen wird.
- Die für die digitale Zugänglichkeit in Unternehmen verantwortlichen Entwicklungs-, Design- und Content-Teams verfügen häufig nur über **unzureichende Kenntnisse** der WCAG-Richtlinien, des ARIA-Markups, des semantischen HTML und der Bibliotheken für barrierefreie Komponenten.
- Barrierefreiheit im **Design wird vernachlässigt** und bedarf dringend einer qualifizierten Beratung.

UNSERE UNTERSTÜTZUNG

- **Accessibility Report** Einsicht in den Status der Zugänglichkeit mit spezifischen Empfehlungen.
- **Accessibility Roadmap** Eine nach Prioritäten geordnete Liste von Verbesserungspunkten.
- **Accessibility Implementation** Umsetzung von Barrierefreiem Design und Entwicklung.
- **Accessibility Monitoring** Überwachung zur Gewährleistung der Barrierefreiheit.

REFERENCE CLIENTS



TOOLS



Von schneller zu nachhaltiger Barrierefreiheit

Barrierefreiheit, die sich langfristig und nachhaltig integriert



Mythen zur schnellen Umsetzung

01

Barrierefrei durch ein Widget

Ein Widget ist nicht in der Lage, einen Webauftritt vollständig barrierefrei darzustellen.

Barrieren werden nur kosmetisch angepasst oder überlagert. Sie führen weiterhin zur Diskriminierung von Nutzern und beheben keine strukturellen Barrieren im Code oder Design.

02

Nicht alle WCAG müssen umgesetzt werden

Alle Kriterien, die Stufe AA beinhaltet und auf die Webseite anwendbar sind müssen umgesetzt werden.

Es werden Kriterien nur ausgeschlossen, wenn sie sich z.B. auf Videos und Audios beziehen und diese nicht implementiert sind.

03

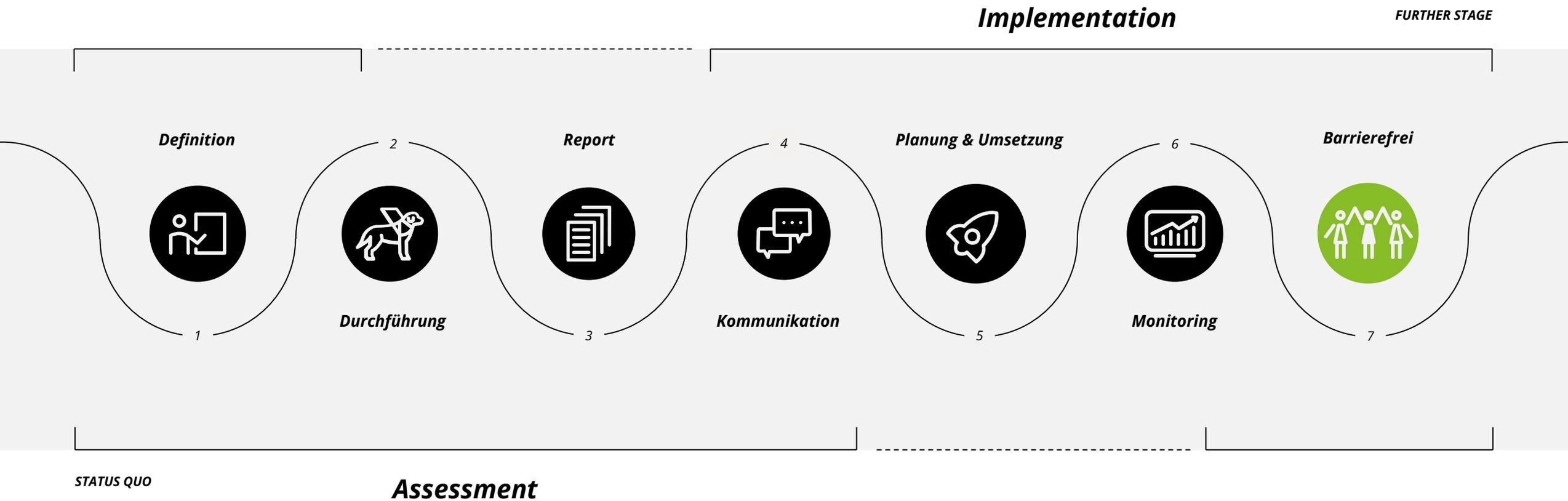
Nur der Checkout muss barrierefrei sein

Es muss die gesamte Journey zu einem Verkaufsabschluss barrierefrei gestaltet werden.

Die gesamte Informationsgrundlage, über Produktpräsentation bis hin zum Abschluss des Kaufs.



Nachhaltig Barrierefrei werden

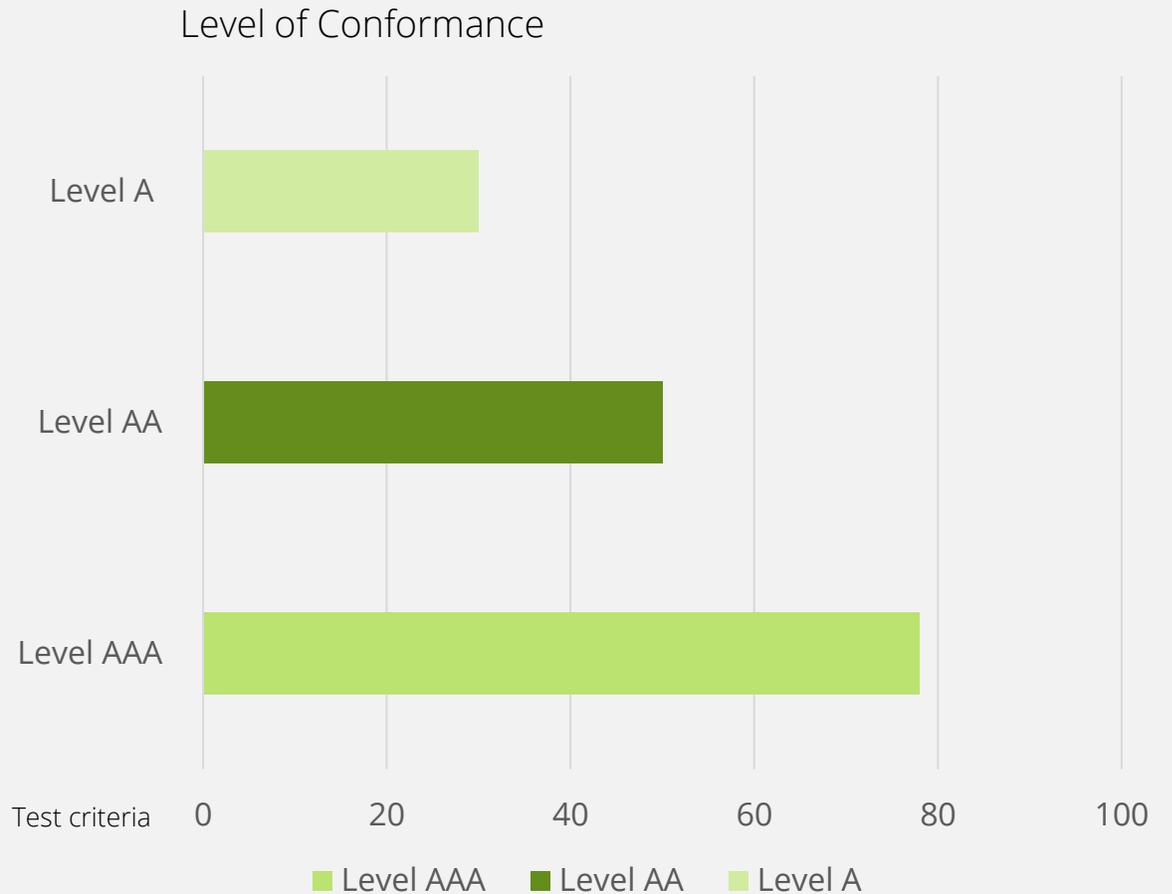


Wie definieren wir, ob eine Webseite barrierefrei ist

International standard for Web Accessibility – WCAG.

Die Zugänglichkeitsrichtlinien für Web-Inhalte (Web Content Accessibility Guidelines, WCAG) sind eine Reihe von Standards des World Wide Web Consortium (W3C), die Online-Inhalte für alle Benutzer zugänglich machen sollen. **Sie definieren drei Stufen der Konformität: Stufe A (Minimum), Stufe AA (behandelt die häufigsten Barrieren für Benutzer mit Behinderung) und Stufe AAA (höchster, umfassenderer Standard).** Diese Stufen stellen sicher, dass Webinhalte, wahrnehmbar, leicht zu bedienen, verständlich und so umgesetzt, dass jeder mit ihnen interagieren kann (POUR Prinzip).

Das BfSG muss die Anforderungen der Konformitätsstufe AA erfüllen (50 von 78 Kriterien).



Die häufigsten Barrieren auf Webseiten...

und wie wir Sie anhand der Kriterien beheben können.

01

Textalternativen (alt-Texte)

Bilder, Icons oder andere nicht-textuelle Inhalte haben keinen oder einen unpassenden alternativen Text, sodass Screenreader-Nutzer keine Informationen erhalten

WCAG Textalternativen (1.1.1)



Bedienelemente, die ohne Text auskommen, wie klickbare Icons oder andere klickbare Bilder, benötigen eine Textalternative.

Zum Beispiel sollte ein Pfeil-Icon, das auf die Seite davor verlinkt, mit „Zurück“ beschrieben sein und nicht mit „Pfeil nach links“.



Jedes Bild, das Informationen vermittelt oder dazu beiträgt, die Inhalte deiner Seite besser zu verstehen, benötigt einen Alternativtext.

Alternativtext für Bilder

✓ Richtig

Bild: Hund spielt im Park

```

```

Beschreibt: Was ist zu sehen und was passiert

✗ Falsch

Bild: Hund spielt im Park

```

```

Problem: Zu unspezifisch, nicht hilfreich

i Barrierefreiheit

Screenreader lesen Alt-Text vor. Beschreibt das Bild so, dass blinde Menschen verstehen, was zu sehen ist.

Alt-Text Beispiele

02

Schlechte Farbkontraste

Text und wichtige UI-Elemente haben nicht genug Kontrast zum Hintergrund, was das Lesen für Menschen mit Sehbehinderungen erschwert.

WCAG Kontrast (Minimum) (1.4.3, 1.4.11)



Das Kontrastverhältnis von Text zu Hintergrund muss hoch genug sein. Der vorgeschriebene Mindestkontrast liegt bei 4,5:1 für Texte unter 24 px Schriftgröße und bei 3:1 für Texte über 24 px Schriftgröße.



Alle grafischen Elemente, mit denen man interagieren kann (zum Beispiel Icon-Buttons), oder die wichtig fürs Verständnis der Seite sind, sollten einen Kontrast von mindestens 3:1 zum Hintergrund haben.

WCAG Kontrast-Richtlinien

✓ AA-konform (4,5:1)

Weißer Text auf schwarzem Hintergrund
Kontrast: 21:1

Weißer Text auf dunkelblauem Hintergrund
Kontrast: 8,6:1

Schwarzer Text auf weißem Hintergrund
Kontrast: 21:1

Erfüllt: WCAG AA und AAA Standards

✗ Nicht konform (<4,5:1)

Grauer Text auf hellgrauem Hintergrund
Kontrast: 2,8:1

Gelber Text auf gelbem Hintergrund
Kontrast: 1,9:1

Hellblauer Text auf hellblauem Hintergrund
Kontrast: 3,1:1

Problem: Schwer lesbar für Menschen mit Sehbehinderungen

Kontrast-Beispiele

03

Tastaturnavigation

Inhalte oder Funktionen sind nicht vollständig per Tastatur bedienbar, was Nutzer ausschließt, die keine Maus verwenden können.

WCAG Keyboard Accessible (2.1)



Deine Website muss vollständig mit der Tastatur bedient werden können. Dabei müssen alle Seiten erreichbar bleiben und es darf keine Funktionalität verloren gehen.

Mit Tastatur (Tab-Taste) sollten die Inhalte deiner Website in einer sinnvollen Reihenfolge angesteuert werden können. Im Normalfall folgt die Tab-Reihenfolge der visuellen Reihenfolge.

Beispiel: Alle interaktiven Elemente per Tab-Taste erreichbar machen, z.B. Buttons mit `tabindex="0"`.

Tastaturnavigation

✓ Richtige Tab-Reihenfolge

1 Zum Hauptinhalt springen

Navigation

2 Start 3 Über uns 4 Kontakt

5 Name
6 E-Mail
7 Senden

Logisch: Skip-Link → Navigation → Hauptinhalt → Formular

✗ Falsche Tab-Reihenfolge

6 Versteckter Link 1 Footer Link

3 Eingabefeld ohne Fokus

2 Navigation 4 Button

Problem: Unlogische Reihenfolge, fehlende Fokus-Indikatoren

Wichtige Tastenkombinationen

Tab	Vorwärts navigieren	⇧+Tab	Rückwärts navigieren
Enter	Links/Buttons aktivieren	Esc	Dialoge schließen
↑↓	In Listen navigieren	Space	Checkboxes aktivieren

! Tastatur-Richtlinien

- Fokus sichtbar:** Deutliche Umrandung oder Hervorhebung
- Logische Reihenfolge:** Von oben nach unten, links nach rechts
- Skip-Links:** Zum Hauptinhalt springen ermöglichen
- Kein Fokus-Trap:** Alle Bereiche erreichbar

Tastaturnavigation

Nächste Schritte

01 ***Betroffenheits-
analyse***

02 ***Assessment***

03 ***Planung und
Priorisierung***

04 ***Barrierefreiheit
implementieren***





Q&A



Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit

Deloitte Legal bezieht sich auf die Rechtsberatungspraxen der Mitgliedsunternehmen von Deloitte Touche Tohmatsu Limited, deren verbundene Unternehmen oder Partnerfirmen, die Rechtsdienstleistungen erbringen.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte bietet führende Prüfungs- und Beratungsleistungen für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeitenden liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken und unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen. Deloitte baut auf eine 180-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund 460.000 Mitarbeitenden von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen und weder die Deloitte Legal Rechtsanwaltsgesellschaft mbH noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.