



Barrierefreiheit im Online-Handel Gesetzliches Muss und Chance zugleich

Webinar | 22. Mai 2025 | Kampagne „Erfolgreich handeln“



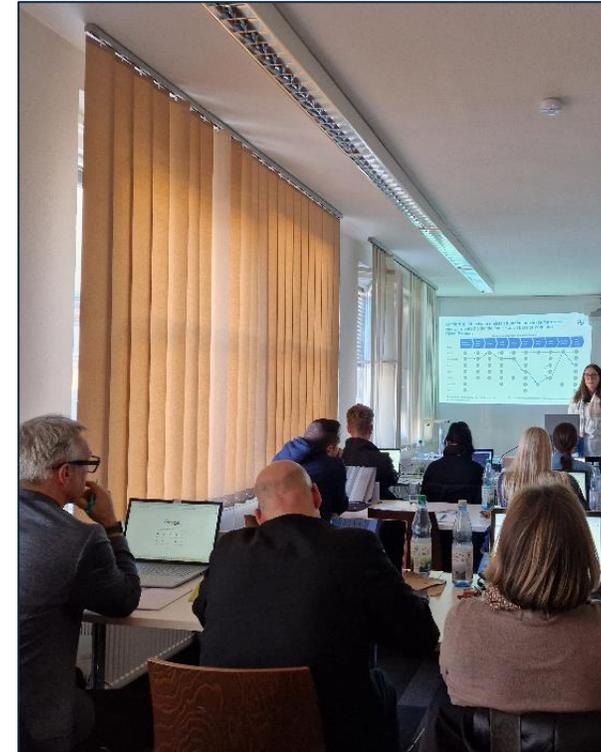
① Kampagne „Erfolgreich handeln“

Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel. Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen. Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ **des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie** hilft Ihnen dabei!

- Projektlaufzeit: bis Dezember 2028
- www.erfolgreich-handeln.bayern



Unser Bildungsangebot für Sie!

Unsere Formate



Workshops



Webinare



Infoblätter

Unser Auftritt



Website



Newsletter



Mediathek

Unsere Themen

- E-Commerce
- Digitale Prozesse
- Nachhaltigkeit
- Digitale Sichtbarkeit
- Neue Geschäftsmodelle
- Soziale Medien
- IT-Sicherheit
- Bezahlverfahren
- ... und viele weitere

Barrierefreiheit im Online-Handel

- Gesetzliches Muss und Chance zugleich -

Elisa Rudolph
Syndikusrechtsanwältin

E-Mail: elisa.rudolph@bevh.org

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Stand: 20.05.2025

Das ist der bevh



SKATEDELUXE



Jungbörn



swisslog



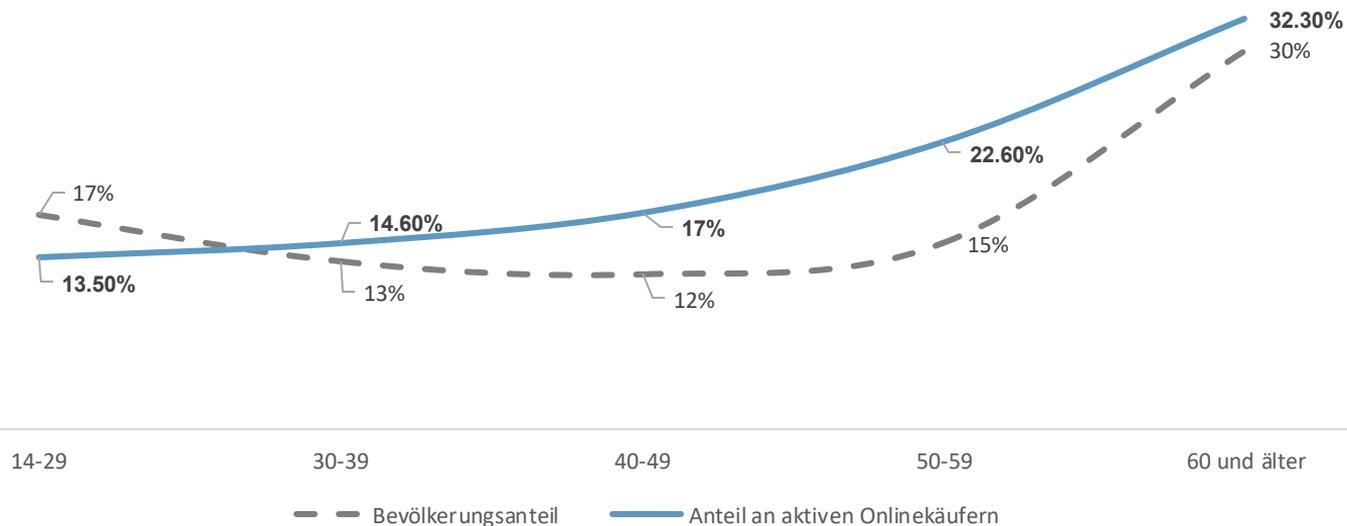
WER IST DER BEVH?

- Über 500 Mitgliedsunternehmen
- Unsere Mitglieder repräsentieren über 80 % des Umsatzes im Endkundengeschäft
- Gütesiegelvergabe 
- Ausbildungsberuf: E-Commerce Kaufleute
- Studien: “Impact of E-Commerce“, Retourenkompodium, Verbraucherstudie

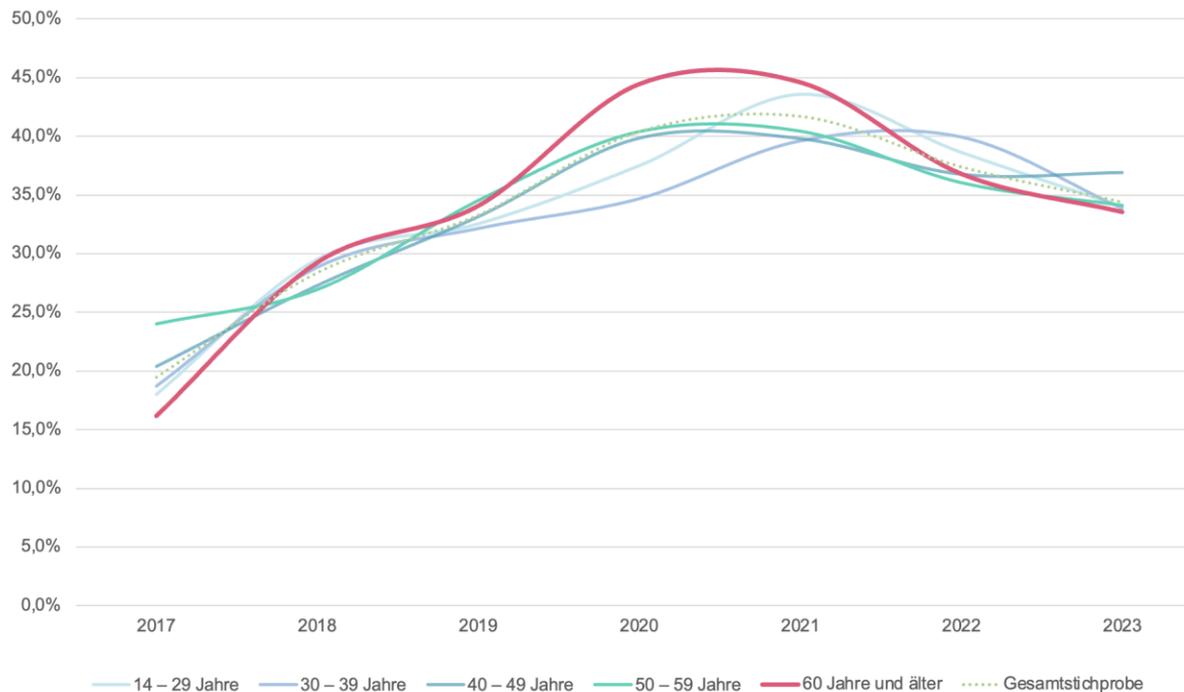
ALTERSPYRAMIDE IM ONLINEHANDEL

„In Deutschland sind heute 22 Millionen Menschen 60 Jahre und älter, das ist mehr als jeder Vierte. Bis zum Jahr 2050 wird ihr Anteil voraussichtlich auf 38 Prozent ansteigen. ... Es werden dann etwa 10 Millionen Menschen über 80 Jahre alt sein.“

- Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung



Anteil der Personen mit durchschnittlich mehr als 1 Onlinekauf innerhalb der letzten 7 Tage





Rechtsgrundlage

- [RL \(EU\) 2019/882](#) (EAA)
 - Harmonisierung Anforderung an Barrierefreiheit bestimmter Produkte und Dienstleistungen innerhalb der EU
 - Förderung volle, wirksame und gleichberechtigte Teilhabe durch Verbesserung Zugang zu Alltagsprodukten und – dienstleistungen
 - Menschen mit funktionellen Einschränkungen
- Umsetzung durch [BFSG](#): Ab **28.06.2025** müssen Produkte und Dienstleistungen den gesetzlichen Anforderungen zur Barrierefreiheit entsprechen
- Ergänzt durch [BFSGV](#): Details zur konkreten Ausgestaltung der Barrierefreiheit

Technische Grundlagen

- **WCAG** Web Content Accessibility Guidelines: Basis für BFSG/BFSGV
- EN 301 549 europäische Norm für digitale Barrierefreiheit (für öffentlichen Sektor bindender Standard)

Fristen

Anwendung ab 28.06.2025

keine weitere Übergangsfrist!

Grundsätzlich müssen nach diesem Zeitpunkt in Verkehr gebrachten Produkte und erbrachten Dienstleistungen barrierefrei sein

Bestimmte Übergangsregelungen für einige Produkte & Dienstleistungen bis **27.06.2030**, § 38 BFSG

Zusätzlich bestimmte Ausnahmen: für Webseiten - Videos und Dokumente, die bereits vor dem Stichtag produziert und veröffentlicht sind – konkret pdf - Dokumente

Was ist erfasst?

§ 1 Abs. 2 BFSG: Produkte, die nach dem 28.06.2025 in Verkehr gebracht werden

§ 1 Abs. 3 Nr. 5 BFSG insbesondere Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr (Onlineshops und Apps)

→ Online-Verkauf von jeglichen Produkten oder Dienstleistungen = Abschluss von **Verbraucherverträgen**

→ dies gilt unabhängig davon, ob die Produkte, die verkauft werden, speziell barrierefrei sind oder nicht

Welche Produkte müssen barrierefrei sein?



Was bedeutet das für erfasste Produkte?

- Händler grds. nicht verantwortlich, aber haben allgemeine Prüfpflichten: CE-Kennzeichnung; Gebrauchsanleitung und Sicherheitsinformationen zum Produkt; Sprache; Typen-, Chargen- oder Seriennummer am Produkt; Herstellerangaben etc.
- Händler darf Produkt erst dann auf dem Markt bereitstellen, wenn Konformität gegeben ist (Kriterium der CE-Kennzeichnung)
- Wenn das Produkt den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen nicht genügt, informiert der Händler außerdem unverzüglich Hersteller oder den Einführer sowie die Marktüberwachungsbehörden
- Macht Hersteller konkrete Angaben zur Barrierefreiheit, müssen diese im Online-Shop mit angegeben werden, § 19 Nr. 1 BFSGV

Welche Dienstleistungen sind erfasst?

grds. sehr weite Definition, aber aktuell noch Katalog in § 1 Abs. 3 BFSG

- TelekommunikationsDL (Telefondienste, E-Mail, Messenger-Dienste etc.)
- E-Books
- Apps
- Bankdienstleistungen (Kreditverträge, Beratungen etc.)
- **Dienstleistung im Elektronischen Geschäftsverkehr**
- Elemente der Personenbeförderung (Webseiten, E-Tickets, Ticketdienste etc.)

Bspw. Reservierungstools/-apps; Online-Bestellungen, Buchungssysteme; Kommunikation/Formulare

Was ist mit Online-Shops?

Dienstleistung im Elektronischen Geschäftsverkehr:

- Webseiten eines Unternehmens
- Vertragsschlussmöglichkeit → alle Elemente, die auf den Verkauf abzielen
- bspw. Online-Shops
- E-Mails? ist die E-Mail als Teil einer Dienstleistung im elektronischen Geschäftsverkehr einzuordnen?
 - E-Mail-Newsletter
- Kontaktformulare? allgemein oder vertragsbezogen
- Bezahlvorgang

Worauf ist beim Online-Shop noch zu achten?



Muss der Kundenservice auch barrierefrei sein?

- Grds. nur Internetauftritt selbst,
- Aber § 12 Nr. 4 BFSGV: Kundenservice muss darüber informieren können, ob der Onlineshop barrierefrei ist und wie dieser mit assistiven Technologien bedient werden kann

Besonderheiten Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr

1. Bereitstellung von Informationen zur Erfüllung der Barrierefreiheitsanforderungen (Anlage 3 BFSG) in AGB oder auf “andere deutlich wahrnehmbare Weise“:
 - Allgemeine Beschreibung der Dienstleistung in barrierefreiem Format
 - Beschreibungen und Erläuterungen, die zum Verständnis der Durchführung der Dienstleistung erforderlich sind
 - Beschreibung wie die Dienstleistung die Anforderungen der BFSGV erfüllt
 - Angabe der zuständigen Marktüberwachungsbehörde
2. Identifizierungs-, Authentifizierungs-, Sicherheits- und Zahlungsfunktionen, elektronische Signaturen, wenn diese im Rahmen einer Dienstleistung bereitgestellt werden, wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust gestaltet werden

Was ist mit kostenfreien Leistungen?

- maßgebend ist ein Verbrauchervertrag = Vertrag Unternehmer & Verbraucher
- Entgeltlichkeit?

Wer ist verpflichtet?

- Anbieter von Produkten und Dienstleistungen, die digitale Inhalte bereitstellen
- Anbieter des Internetauftritts, also der Webshopbetreiber – öffentlich zugänglich und mobile Anwendungen
- Grds. Unternehmen jeder Größe und aus allen Branchen

Ausnahme § 3 Abs. 3 BFSG Kleinstunternehmen (Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern), die Dienstleistungen in den Verkehr bringen

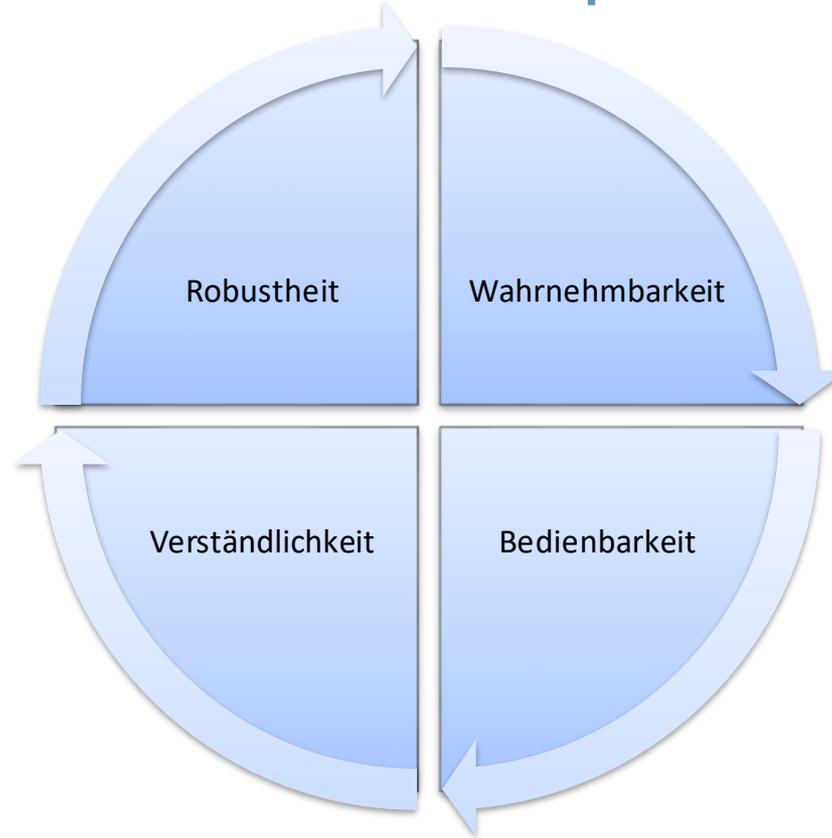
Reine B2B-Shops? Gemäß § 1 Abs. 3 BFSG gilt das Gesetz nur für Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr, die für Verbraucher erbracht werden. Demnach fallen reine B2B-Webshops nicht in den Anwendungsbereich des BFSG.

Marktplätze soweit Betreiber; muss noch abschließend geklärt werden

Was ist überhaupt „barrierefrei“?

- **„Produkte und Dienstleistungen sind barrierefrei, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind“, § 3 Abs. 1 BFSG**
- Webseiten und mobile Anwendungen, die so gestaltet sind, dass von Menschen mit verschiedenen Behinderungen genutzt werden können (technische Anpassungen, kompatibel mit assistiven Technologien wie Screenreader etc.)
- weltweit anerkannter Standard, sog. „Web Content Accessibility Guidelines“ ([WCAG 2.2](#), welche ergänzend zu bisherigen Kriterien sind) → führt sechs neue Erfolgskriterien der Konformitätsstufe A oder AA ein

Zentrale Prinzipien



Was ist überhaupt „digital barrierefrei“?

- **Wahrnehmbar** - Informationen und Komponenten der Webseite müssen für Benutzer auf eine Weise vorzeigbar sein, die sie wahrnehmen können – Textalternativen für Bilder, Videos, Audio-Dateien, interaktive Elemente, Untertitel, Einstellbarkeit von Kontrasten
- **Bedienbar** - Komponenten und Navigation der Benutzeroberfläche müssen funktionsfähig sein – Tastaturnavigation; keine Zeitsteuerung; Navigationshilfen
- **Verständlich** - Informationen und die Funktionsweise der Benutzeroberfläche müssen verständlich sein – Lesbarkeit, vorhersehbare Funktionalität, Eingabehilfen
- **Robust** - Inhalte müssen robust genug sein, um von einer Vielzahl von Benutzeragenten, einschließlich unterstützender Technologien, zuverlässig interpretiert werden können – kompatibel, Fehlerbeständigkeit, -vermeidung

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Zielgruppen:

1. Sehbeeinträchtigung:

 Blindheit: Überschriften richtig wählen, Alt-Texte für Bilder einstellen, Captchas

 Sehbehinderungen: rot-grün Schwäche berücksichtigen, starke Kontraste wählen, bei Buttons auf große Abstände achten

2. Hörschädigung & Gehörlosigkeit:

 Hörbeeinträchtigungen: bei Videos mit Untertiteln arbeiten

3.  manuell-motorische Einschränkungen: Bedienung auch ohne Maus möglich machen

4.  Kognitive Einschränkungen oder Konzentrationsschwäche: leichte Sprache, Videos nicht automatisch abspielen wegen photosensibler Menschen

Worauf ist zu achten?

2-Sinne-Prinzip!

- Onlineshops kompatibel mit gängigen Screenreadern
- „2 Sinne-Prinzip“ – alle Inhalte auf der Webseite über zwei Sinne erreichbar sein - Webseite sowohl per Maus als auch per Tastatur bedienbar oder Bild einen alternativen Text für Blinde oder Video mit Untertitel für Gehörlose
- Können sich Menschen mit Sehbehinderung anhand der Produktbeschreibung ein Bild machen von dem Produkt?
- klar gestaltete Seiten, gut lesbare Schriftarten und ausreichend große Basisschrift - Sind Tabs mit Schrift (HTML) versehen und nicht mit Grafiken?
- **Beispiel:** Blinde und hochgradig sehbehinderten Menschen können sich mit Hilfe einer Sprachausgabe eine Internetseite vorlesen lassen – zu Orientierung springen sie von Überschrift zu Überschrift, daher auf entsprechenden HTML-Code der Überschriften achten und nicht nur als Bild-Datei, damit assistive Technologien diese leicht erkennen können

Worauf ist zu achten?

- Formulare und Formularfelder: nicht einfach nur mit roter Farbe hinterlegen, da dies für Menschen mit Farbblindheit nicht erkannt werden kann → Hinweise auch mit einem Text
- Keine zeitliche Begrenzung beim Lesen von Inhalten und Ausfüllen von Eingaben



Worauf ist zu achten?

- Rechtstexte (AGB, Datenschutzerklärung): Verwendung Untertiteln und ggf. Ankerlinks, damit auch für nicht-sehende Menschen leichte Orientierung möglich; kein langer Fließtext
- Bezüglich der Datenschutzerklärung sieht bereits die DSGVO vor, dass die Datenschutzerklärung in einfacher und verständlicher Sprache abgefasst sein muss, Art. 12 Abs. 1 DSGVO
- Muster-Widerrufsbelehrung auch in leichter Sprache? gesetzlich nicht vorgesehen, da dies nicht die Funktionalität des Onlineshops betrifft
- nur die wichtigsten Informationen in leichter Sprache

Wer kontrolliert die Einhaltung des BFSG für Websites?

- Marktüberwachungsbehörden der Bundesländer → Staatsvertrag: Marktüberwachung BFSG soll zentralisiert werden & neue zentrale Marktüberwachungsstelle geschaffen mit Sitz in Sachsen-Anhalt
- Verbraucher
- Auch Verbandsklagen sind grundsätzlich möglich.
- Unter Umständen ist auch vorstellbar, dass Mitbewerber die Möglichkeit haben, nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gegen ein Unternehmen vorzugehen – derzeit noch nicht final geklärt

Folgen bei Verstößen

- Verbraucher können Überprüfung bei der zuständigen Marktüberwachungsbehörde beantragen (beschwerdebasiert)
- Stichproben durch Marktüberwachungsbehörden (stichprobenbasiert)
- Marktüberwachung ergreift Maßnahmen – Verwarnung & Aufforderung zum Abstellen der Verstöße → gestuftes Abhilfeverfahren
- Untersagung des Angebots oder Erbringung der Dienstleistung
- Geldstrafen/Bußgelder bis 100.000 € möglich;
- Verpflichtung zur Durchführung spezieller Maßnahmen, etwa Produktrückrufe bei nicht-barrierefreien Produkten;
- Informationen der Öffentlichkeit durch Marktüberwachungsbehörde
- Schlichtungsverfahren
- Klagen, gerichtliche Maßnahmen

Mehr Informationen

Checkliste: <https://barrierefreiheit.digitalmanufaktur.com>

<https://www.leserlich.info> bietet Kontrastrechner und Tipps zu Schriftzeichen mit genügend Abstand

Q & A (bevh) https://bevh.org/fileadmin/user_upload/Rechtshilfen/bevh-Basics/bevh_basics_BFSG.pdf & <https://bevh.org/positionen/barrierefreie-onlineshops>

Leitlinien des BMAS

<https://www.bmas.de/DE/Service/Presse/Meldungen/2022/leitlinien-fuer-die-anwendung-des-barrierefreiheitsstaerkungsgesetzes.html>

Bundeschfachstelle Barrierefreiheit: https://www.bundeschfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Fachwissen/Produkte-und-Dienstleistungen/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/barrierefreiheitsstaerkungsgesetz_node.html

Zusammenfassung

Wer ist betroffen?

- ✓ Hersteller – Importeure – Händler: Anbieter von Internetshops

Was?:

- ✓ Produkte ab 28.06.2025
 - ✓ Dienstleistungen
 - ✓ Online-Shops

Vorgaben:

- ✓ Erweiterung auf privatwirtschaftlichen Sektor
- ✓ BFSG-V: Umsetzung Anhang 1 der EU-RL zur Barrierefreiheit
 - ✓ WCAG 2.2
 - ✓ „2-Sinne-Prinzip“

? FRAGEN ?

Vielen Dank!

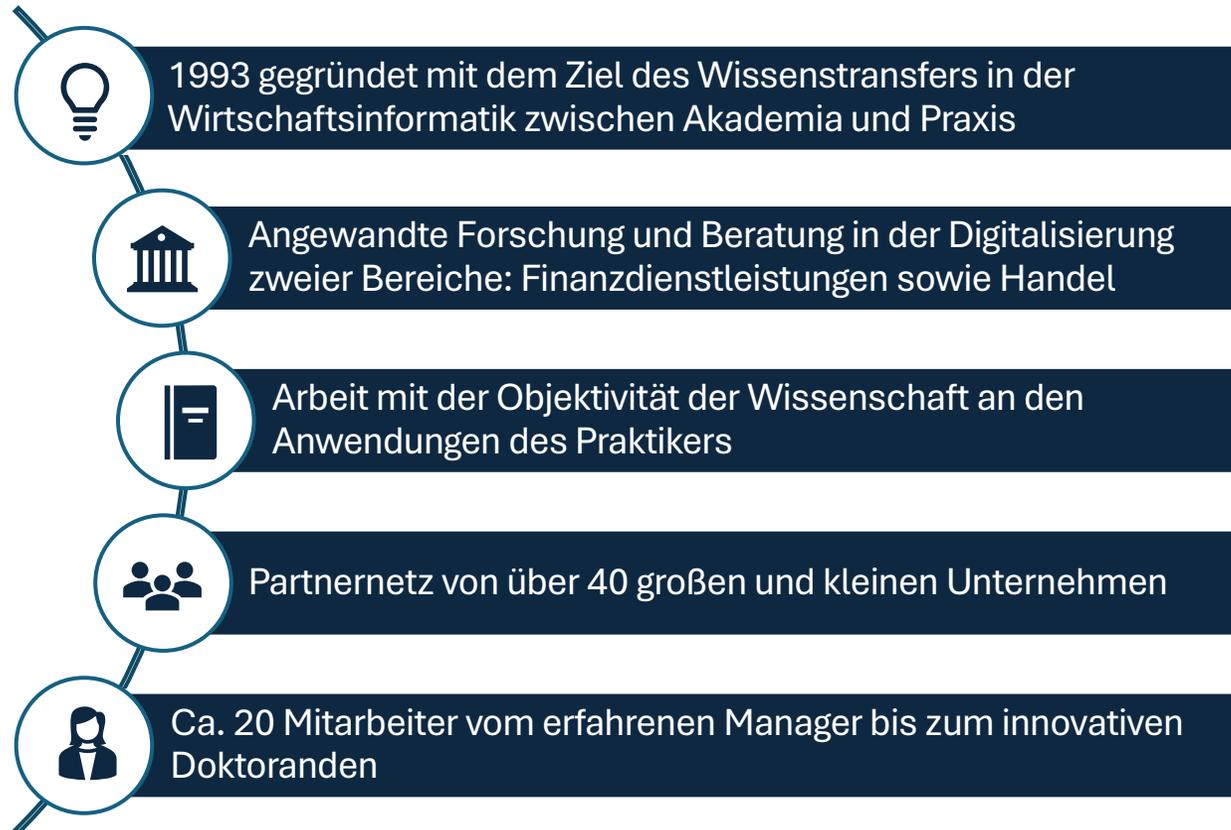


Der E-Commerce Verband

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Friedrichstraße 60 (Atrium)
10117 Berlin
Tel.: +49 30 40 36 751 – 0
info@bevh.org, www.bevh.org



Über ibi research



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



- **ibi research an der Universität Regensburg GmbH**
- Galgenbergstraße 25
- 93053 Regensburg
-  0941 788391-0
-  erfolgreichhandeln@ibi.de



Partner & Unterstützer



research
an der Universität
Regensburg



Industrie- und Handelskammern
in Bayern



Handelsverband
Bayern
HBE





Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
stmwi.bayern.de