

GASTBEITRAG

Welche Fehler Schweizer Websites bei der digitalen Barrierefreiheit machen

von **Oliver Hunziker** (/nachrichten/authors/Oliver%20Hunziker-10896/) Mittwoch, 17. Juli 2024



Gastautor Oliver Hunziker von Zeit

Ab 2025 sind in der EU barrierefreie Websites Pflicht. Für Menschen mit Einschränkungen ist es derzeit aber schwierig, auf Schweizer Websites zu navigieren. Zu dem Ergebnis kommt die Zürcher Digital- und Marketing-Agentur Zeit, die über 100 Angebote getestet hat. Unser Gastautor Oliver Hunziker, Consultant & Project Manager Web, UX & Apps, nennt die häufigsten Fehler.

Warum ist digitale Barrierefreiheit so wichtig? Für alle, für die Werte wie Inklusion und Gleichberechtigung wichtig ist, beantwortet sich diese Frage von allein. Aber es gibt auch weitere Argumente. So profitiert eine barrierearme Website von einer besseren Reichweite wie Konversionsrate und führt zu einer besseren User Experience. Zudem ist eine barrierefreie Website für Google oder KIs einfacher zugänglich. Nicht zuletzt ist ein Engagement für Inklusion auch Image-fördernd.

Ein weiteres wichtiges Thema ist die Rechts- und Zukunftssicherheit. Am 28. Juni 2025 treten mit dem EAA (European Accessibility Act) neue Vorschriften in Kraft, die für alle Unternehmen gelten, die in der EU tätig sind (ähnlich der DSGVO). Demnach müssen alle Websites und Apps barrierefrei sein. Ausgenommen sind kleine Unternehmen. Die Schweiz wird vermutlich wie bei der DSGVO mit einem ähnlichen Gesetz nachziehen.

Barrierefreiheit nützt ohnehin allen. Denn ein Lift ist nicht nur für Rollstuhlfahrer hilfreich, sondern auch für jemanden, der sich das Bein gebrochen hat, oder seine Einkäufe in den obersten Stock transportieren will. Im digitalen Kontext bedeutet das: Von Texten in einfacher Sprache ziehen nicht nur Menschen mit Lern- oder Leseschwierigkeiten einen Nutzen, sondern z.B. auch solche mit schlechten Deutschkenntnissen. Hinzu kommt: Viele Beeinträchtigungen

sind nicht angeboren. Wir alle stossen mit fortschreitendem Alter auf mehr Barrieren. Dies kann eine zu kleine Schrift sein oder schwache Farbkontraste. Fällt es uns aus diesem Grund schwerer, ein Produkt zu nutzen, wirkt sich dies auch auf die Kundenzufriedenheit aus.

Das sind die häufigsten Fehler

Ob in der Konzeption, in der Entwicklung oder im Design: Es gibt viele Möglichkeiten, wie sich Barrieren in eine Website einschleichen. Dies sind die häufigsten Fehler:

Falsch gesetzte und fehlende Überschriften

Wenn ein H1-Titel (Überschrift erster Ebene) fehlt, ein H3-Titel (dritter Ebene) auf H6 folgt, ist das für die Barrierefreiheit und für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) suboptimal. Bei unserem Testing erzielten 45% der Websites nur 1 von 3 Punkten in dieser Kategorie. Die gute Nachricht: Im Content ist dies schnell anpassbar.

Schlechte Farbkontraste auf der Website

Der mangelnde Einsatz von Kontrasten führt dazu, dass Menschen mit Sehschwächen, wie Farbenblindheit oder andere Farbsehschwächen, ausgeschlossen werden. Wie sich das für Betroffene anfühlt, kann man schnell herausfinden, wenn man versucht, einen hellgrauen Text auf weissem Hintergrund zu lesen. Neben Farben müssen auch Formen zur Differenzierung verwendet werden. Links sollten beispielsweise farblich markiert und unterstrichen sein, um ihre Funktion klar zu markieren.

43 Prozent der untersuchten Websites wiesen unzureichende Kontraste bei Texten und Links auf. Sie erzielten lediglich 1 von 3 möglichen Punkten. Nur jede Vierte erreichten die Höchstpunktzahl von 3 Punkten.

Fehlende Bedienbarkeit per Tastatur

Eine Website nur per Tastatur zu navigieren, ist nicht so schwer, wenn diese optimiert ist. Dies war bei vielen Websites jedoch nicht der Fall und nur 27 Prozent erhielten 3 Punkte.

Falsche Cookie-Banner

Ein Cookie-Banner, welcher nicht lesbar oder nicht per Tastatur bedienbar ist, führt zu einem unüberwindbaren Hindernis für Tastatur-Nutzer und Screen-Reader.

Externe Plugins

Barrierefreiheit-Plugins geniessen unter Experten keinen guten Ruf und kommen bei Benutzer nicht gut an, da sie oft die ursächlichen Probleme nicht lösen. Sprich sie halten teilweise nicht was sie versprechen oder sind für viele Beeinträchtigungen nicht hilfreich. Besser ist es, die Website von Grund barrierefrei zu gestalten.

Komplizierte Sprache

Websites, die ein Audit durchliefen oder zertifiziert wurden, wiesen viel weniger Fehler auf. Was positiv auffällt: Viele Websites engagierter Unternehmen bieten ihre Inhalte teilweise in einfacher Sprache an.

Doch was hilft nun? Ein Tipp

Vieles kann ohne Spezialwissen optimiert werden. Unser Tipp: Starte mit einem automatischen Tool (Google Lighthouse kannst du zum Beispiel über die Page Speed Insights online testen). Es kann auch Sinn machen, eine spezialisierte Agentur zu involvieren. Ist eine Website besonders komplex oder interaktiv, empfiehlt es sich, mit Accessibility-Spezialisten (wie beispielsweise Access for all) zusammenzuarbeiten. Auch ein Testing mit Personen aus der Zielgruppe oder ein Audit mit Zertifizierung bringt aussagekräftige Resultate.