

DIGITALE BARRIERE- FREIHEIT: EUROPEAN ACCESSIBILITY ACT (EAA)-BILANZ NACH SECHS MONATEN





Executive Summary

Maria, eine Berlinerin mit Sehbeeinträchtigung, wollte ein Zugticket über ihr Handy buchen. Als sie die Seite auf 400 % vergrößerte, brach das Layout zusammen, wichtige Texte verschwanden und die Navigation war nicht mehr möglich. Nach 20 Minuten Frustration gab sie auf. Marias Erfahrung ist kein Einzelfall – sie steht exemplarisch für die Barrieren, auf die Millionen von Menschen mit Behinderungen beim Zugang zu essenziellen digitalen Diensten stoßen.

Dieser Bericht beleuchtet die Situation von 100 Unternehmen, die in den Monaten nach Inkrafttreten des European Accessibility Act (EAA) überprüft wurden. Jede Woche bot die Gelegenheit zu handeln – doch mehrere Monate später blieben die meisten Chancen ungenutzt. **94 von 100 getesteten Websites fielen** bei mindestens einer Accessibility-Prüfung durch.

Damit sind **9 von 10 Unternehmen einem hohen Risiko** von Strafen, Klagen und Imageschäden **ausgesetzt**. Die Probleme sind keine Einzelfehler, sondern weit verbreitete Lücken: Im Durchschnitt scheiterten die Websites an 2,6 von 8 geprüften Kriterien. Deutschland und Italien wiesen 0 % Konformität auf. Selbst das „beste“ Land, das Vereinigte Königreich, zeigte bei 85 % der getesteten Seiten Mängel. Am schlechtesten schnitten Retail- und Fashion-Websites ab, aber auch stark regulierte Finanzplattformen verzeichneten 45 Fehler.

94%
sind
gescheitert

Sich in der Masse der Nicht-Konformen zu verstecken, schützt nicht. In Frankreich haben Behindertenrechtsorganisationen bereits große Handelsketten mit offiziellen Klagen nach dem Accessibility Act ins Visier genommen. In Österreich verschickten die Behörden erste Durchsetzungsbriefe – ein klares Signal, dass die Aufsichtsorgane von Bewusstseinsbildung zu konkretem Handeln übergehen. Unternehmen in der 94 %-Gruppe laufen Gefahr, als Präzedenzfälle herangezogen zu werden. Neben rechtlichen Konsequenzen schrecken **Accessibility-Mängel Kund:innen gerade in entscheidenden Momenten ab**. Gleichzeitig schwächt schlechte Gestaltung das SEO-Ranking, weil Suchmaschinen die Seiten schlechter indexieren. Während viele Mitbewerber noch „am Steuer schlafen“, gewinnen die Vorreiter schon jetzt neue Kund:innen und Sichtbarkeit.

101
Millionen

Der EAA ist das „GDPR-Moment“ für Barrierefreiheit. Unternehmen, die jetzt handeln, können rechtliche Risiken vermeiden, ihre Reputation schützen und sich einen klaren Wettbewerbsvorteil sichern – beim Zugang zu **101 Millionen Europäer:innen mit Behinderungen**, ein Markt mit einer **globalen Kaufkraft** von mehr als **13 Milliarden Dollar**.



1. Einleitung

1.1 Der Kontext des European Accessibility Act

Dieser Bericht beleuchtet den Status Quo von 100 Unternehmen, die nach Inkrafttreten des European Accessibility Act überprüft wurden. Trotz der neuen Vorschriften haben die meisten bislang keine wirksamen Maßnahmen ergriffen. Das Gesetz verpflichtet viele digitale Produkte und Dienstleistungen in der EU – darunter Websites, E-Commerce-Plattformen, Mobile Apps, Banken, Transport und andere essenzielle Services – zur Erfüllung der WCAG 2.1 AA-Standards. Zwar sind Kleinstunternehmen ausgenommen, doch für die meisten mittelgroßen und großen Unternehmen gilt die Verpflichtung in jedem Markt, in dem sie tätig sind. Indem der EAA Barrierefreiheit als Grundrecht definiert, setzt er klare Erwartungen für digitale Inklusion – untermauert durch Strafen bei Nichteinhaltung.

1.2 Das Ausmaß der Herausforderung

101 Millionen Europäer:innen leben mit einer Behinderung. Weltweit wird die Kaufkraft von Menschen mit Behinderungen und ihrem Umfeld auf 13 Billionen Dollar geschätzt. Die Pandemie hat die Abhängigkeit von digitalen Angeboten massiv beschleunigt: Websites sind heute unverzichtbar für Einkäufe, Banking, Bildung, Gesundheitsversorgung und soziale Kontakte. Doch wie diese Studie zeigt, schließen die meisten großen Websites Nutzer:innen mit Behinderungen weiterhin aus.

1.3 Zielsetzung der Studie

Diese Untersuchung verfolgt vier Hauptziele:

- Bewertung der **realen Umsetzung** in fünf wichtigen europäischen Märkten
- Identifizierung der **häufigsten Accessibility-Fehler**, die Nutzer:innen täglich beeinträchtigen
- Hervorhebung der Branchen und Länder mit dem **größten Risiko**
- Lieferung **praxisnaher Insights** für Unternehmen, die auf Konformität hinarbeiten



2. Zentrale Ergebnisse

2.1 Die Compliance-Krise

Die Ergebnisse zeigen: Barrierefreiheitsmängel sind weit verbreitet und machen viele Websites für Menschen mit Behinderungen schwer oder gar nicht nutzbar.

- **94 %** der getesteten Websites fielen bei mindestens einer Accessibility-Prüfung durch.
- Die durchschnittliche Website zeigte mehrere Barrieren (im Schnitt **2,6** Fehler bei 8 geprüften Kriterien).
- Die vier häufigsten Barrieren: **Reflow** (71 %), **Kontrast** (42 %), **Tastaturnavigation** (41 %), **Sichtbarkeit des Fokus** (38 %).

Jeder dieser Fehler kann eine Website für Menschen mit Behinderungen unbrauchbar machen: Ohne Tastaturnavigation sind Nutzer:innen ausgeschlossen, ohne Fokusmarkierungen navigieren sie blind, und bei zu geringem Kontrast bleibt der Inhalt unlesbar.

Das ist nur die Spitze des Eisbergs: Getestet wurden 8 von über 50 WCAG-2.1-AA-Kriterien. Bei einer vollständigen Prüfung würden die meisten Seiten wohl an 15–20 Kriterien scheitern. Vielen Unternehmen ist nicht bewusst, wie unzugänglich ihre Websites sind.

Diese Resultate zeigen klar: **Die meisten Unternehmen haben auch nach Inkrafttreten des Gesetzes nicht gehandelt.**

2.2 Geografische Unterschiede

Barrierefreiheit variiert stark zwischen den Ländern. Manche Märkte schneiden etwas besser ab, doch kein einziges Land im Sample erreichte vollständige Compliance:

- **Bester Wert: Vereinigtes Königreich** (15 % konform) – dennoch wiesen 85 % Mängel auf.
- **Null Prozent Compliant: Deutschland & Italien** (0%) – keine einzige getestete Website war konform.
- **Mittelfeld: Österreich** (5%) und **Frankreich** (10%) – erste Fortschritte, aber Compliance bleibt die Ausnahme.

2.3 Branchenspezifische Muster

Auch je nach Branche gibt es deutliche Unterschiede in der Accessibility-Performance:

- **Einzelhandel & E-Commerce und Mode:** Fast die Hälfte aller festgestellten Fehler stammen aus diesem Sektor.
- **Finanzen & Bankwesen:** 45 Fehler bei 20 getesteten Websites – selbst in stark regulierten Branchen bestehen gravierende Lücken.
- **Reisen & Transport und Freizeit & Gastgewerbe:** Barrieren wie defektes Reflow oder „Keyboard Traps“ machen es für manche Nutzer:innen unmöglich, Buchungen oder Checkouts abzuschließen.



3. Länderergebnisse im Detail

Deutschland

0%

Compliance-Rate
(0 konforme Websites)

2.9

Durchschnittliche
Fehler pro Seite

Reflow
Tastaturnavigation
Fokus-Sichtbarkeit

Häufigste
Barrieren

- **Reflow (12)** – Bei 400 % Zoom oder auf Mobilgeräten bricht das Layout zusammen – Inhalte verschwinden oder überlappen.
- **Tastaturnavigation (9)** – Nutzer:innen, die auf die Tastatur angewiesen sind, können Menüs oder interaktive Elemente nicht erreichen.
- **Fokus-Sichtbarkeit (9)** – Nutzer:innen verlieren die Orientierung, weil Hervorhebungen des Fokus fehlen oder unklar sind.

Deutschland weist systematische Accessibility-Probleme in allen Sektoren auf – mit der höchsten durchschnittlichen Fehlerquote, gleichauf mit Italien. Das bedeutet ein besonders hohes regulatorisches und reputatives Risiko in Europas größter Digitalwirtschaft.

“Die Tatsache, dass keine der deutschen Websites in unserem Sample die grundlegenden Accessibility-Standards erfüllt hat, sollte ein Weckruf sein“, so Jan Stedul, Managing Director von AccessiWay Germany. „Deutsche Unternehmen stehen vor erheblichen Risiken, wenn sie nicht handeln. Wer digitale Barrierefreiheit jetzt nicht ernst nimmt, wird von der Konkurrenz abgehängt und verliert das Vertrauen von Millionen Kund:innen.“

Jan Stedul - Managing Director, AccessiWay Deutschland



Frankreich

10%

Compliance-Rate
(2 konforme Websites)

2.4

Durchschnittliche
Fehler pro Seite

**Reflow
Kontrast
Tastaturnavigation**

Häufigste
Barrieren

- **Reflow (14)** – Layout bricht bei 400 % Zoom oder auf mobilen Geräten.
- **Kontrast (9)** – Schlechte Farbkombinationen machen Texte für viele Nutzer:innen unlesbar.
- **Tastaturnavigation (7)** – Interaktive Elemente sind ohne Maus nicht erreichbar.

In Frankreich hat die Durchsetzung bereits begonnen: Behindertenrechtsorganisationen haben große Handelsketten mit offiziellen Klagen und Aufforderungen zu raschen Verbesserungen konfrontiert. Trotzdem bleiben die Compliance-Probleme branchenübergreifend bestehen.

“In Frankreich erhalten Unternehmen bereits formale Klageschreiben wegen Accessibility-Mängeln. Dennoch sind 90 % der getesteten Seiten nicht compliant. Das ist keine Sensibilisierung mehr – das ist Durchsetzung. Wer jetzt handelt, vermeidet Strafen und gewinnt das Vertrauen von Millionen bislang ausgeschlossener Kund:innen.”

Jerry Journo - CEO, AccessiWay Frankreich



Vereinigtes Königreich

15%

Compliance-Rate
(3 konforme Websites)

2.5

Durchschnittliche
Fehler pro Seite

**Reflow
Kontrast
Fokus-Sichtbarkeit**

Häufigste
Barrieren

- **Reflow (13)** – Layout bricht bei 400 % Zoom oder mobil.
- **Kontrast (9)** – Schlechte Farbkombinationen.
- **Fokus-Sichtbarkeit (8)** – Nutzer:innen, die per Tastatur navigieren, können ihre aktuelle Position nicht erkennen.

Britische Unternehmen, die im EU-Binnenmarkt aktiv sind, bleiben an den EAA gebunden und riskieren Sanktionen bei Nichteinhaltung. Im Inland bietet der Equality Act 2010 eine Rechtsgrundlage für Accessibility-Klagen, wenn auch mit inkonsequenter Durchsetzung.

Mit 85 % nicht konformer Websites bietet sich compliant arbeitenden Unternehmen eine enorme Chance: Sie erreichen 14 Millionen Brit:innen mit Behinderungen (274 Milliarden £ Kaufkraft) und sichern sich zugleich EAA-Konformität für den EU-Markt.

“UK-Unternehmen können Accessibility nicht ignorieren. Der Accessibility Act gilt weiterhin, wenn man nach Europa verkauft, und der Equality Act gilt zuhause. Die Realität: Die meisten Mitbewerber scheitern noch immer. Wer jetzt handelt, reduziert rechtliche Risiken und gewinnt Millionen Kund:innen, die andere ausschließen.”

Amit Borsok - Chief Executive & Gründer, AccessiWay



Italien

0%

Compliance-Rate
(0 konforme Websites)

2.8

Durchschnittliche
Fehler pro Seite

Reflow
Fokus-Sichtbarkeit
Kontrast

Häufigste
Barrieren

- **Reflow (14)** – Layout bricht bei 400 % Zoom oder mobil.
- **Fokus-Sichtbarkeit (11)** – Nutzer:innen, die mit Tastatur navigieren, verlieren die Orientierung.
- **Kontrast (10)** – Schlechte Farbkombinationen erschweren das Lesen.

Keine der untersuchten italienischen Websites war vollständig konform, was auf systemische Barrieren bei der digitalen Barrierefreiheit hinweist, die dringend angegangen werden müssen.

“Trotz wachsender Sensibilisierung und der anhaltenden Bemühungen der Accessibility-Community zeigt dieser Bericht, wie viel Fortschritt noch notwendig ist. Die Werkzeuge, um vollständige digitale Barrierefreiheit zu erreichen, existieren bereits – was fehlt, ist der gemeinsame Wille, sie konsequent anzuwenden. Wir sind überzeugt, dass Italien auf dem richtigen Weg ist, aber das Tempo muss deutlich erhöht werden, wenn wir die Accessibility-Lücke schließen wollen.”

Edoardo Arnello - Executive Vice President & Managing Director AccessiWay Italy



Österreich

5%

Compliance-Rate
(1 konforme Website)

2.7

Durchschnittliche
Fehler pro Seite

Reflow
Textvergrößerung
Tastaturnavigation

Häufigste
Barrieren

- **Reflow (18)** – Layout bricht bei 400 % Zoom oder mobil.
- **Textvergrößerung (10)** – Vergrößerte Schrift lässt Inhalte verschwinden oder überlappen.
- **Tastaturnavigation (12)** – Menüs und interaktive Elemente sind per Tastatur nicht erreichbar.

Österreich schneidet etwas besser ab als Deutschland und Italien – dennoch scheitern 95 % der Websites an grundlegenden Accessibility-Checks.

“Die zunehmende Nutzung von Durchsetzungsbriefen durch die Behörden sollte ein deutlicher Weckruf sein. Was als Sensibilisierung begann, hat sich zu echter Rechtsdurchsetzung entwickelt. Unternehmen, die Accessibility nicht priorisieren, riskieren nun Strafen und Umsatzeinbußen.”

Paul Anton Mayer – Chief Growth Officer, AccessiWay



4. Blick nach vorn: Durchsetzung und Chancen

Mehrere Monate nach Inkrafttreten des EAA wirken nun drei Kräfte zusammen, die Barrierefreiheit endgültig unvermeidbar machen:

- **Durchsetzung nimmt Fahrt auf:** Die ersten rechtlichen Schritte in Frankreich markieren nur den Anfang; weitere Verfahren werden folgen.
- **Konsument:innen sind kompromisslos:** Unzugängliche Websites werden sofort verlassen, besonders von jüngeren Nutzer:innen.
- **Wettbewerber bewegen sich:** Zugängliche Websites gewinnen bereits heute Kund:innen, die anderswo ausgeschlossen werden, und verbessern gleichzeitig ihre Sichtbarkeit in Suchmaschinen.

Barrierefreiheit ist längst keine „Compliance-Checkbox“ mehr – sie ist zu einem relevanten Wettbewerbsfaktor geworden. Wer jetzt handelt, gewinnt Marktanteile, Vertrauen und Sichtbarkeit. Wer abwartet, riskiert Klagen, negative Schlagzeilen und den Verlust von Kund:innen.

Handeln mit AccessiWay

Der European Accessibility Act verändert bereits jetzt die digitale Landschaft. Unternehmen, die schnell reagieren, reduzieren nicht nur rechtliche Risiken, sondern erschließen auch Millionen Kund:innen, die bislang ausgeschlossen oder frustriert sind.

AccessiWay ist Europas führender Anbieter für digitale Barrierefreiheit und unterstützt Organisationen jeder Größe mit End-to-End-Lösungen – von Audits und Behebung über Schulungen bis hin zu kontinuierlichem Monitoring.

Nehmen Sie Kontakt mit unserem Team auf, um zu erfahren, wie wir Ihr Unternehmen dabei unterstützen können, **die Anforderungen des EAA zu erfüllen** – und gleichzeitig die **Vorteile eines inklusiven digitalen Designs zu nutzen**.



5. Methodik

5.1 Kriterien für die Website-Auswahl

Für die Analyse wurden 100 große, verbraucherorientierte Websites in Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und dem Vereinigten Königreich ausgewählt. Die Auswahl erfolgte nach Reichweite, Sichtbarkeit und Relevanz für Konsument:innen, verteilt auf fünf Branchen: Einzelhandel & E-Commerce, Reisen & Transport, Mode, Freizeit & Gastgewerbe und Finanzen & Bankwesen.

5.2 Auswahl der Testseiten

Die Überprüfung erfolgte in den Monaten nach Inkrafttreten des neuen Gesetzes. Für jede Website wurden bis zu drei Seiten analysiert – darunter die Startseite, eine Produkt- oder Kategorieseite sowie der Checkout- bzw. Buchungsprozess. So konnten die jeweils wichtigsten und kritischsten User Journeys abgebildet werden.

5.3 Geprüfte WCAG-Kriterien



1.4.3 Kontrast

Texte und Grafiken müssen ausreichend Farbkontrast aufweisen, damit Inhalte für Menschen mit Sehschwäche oder Farbenblindheit lesbar sind.



1.4.10 Reflow

Inhalte müssen sich bei 400 % Zoom oder auf kleineren Bildschirmen anpassen, ohne horizontales Scrollen zu erzwingen.



2.3.1 Flashes

Inhalte dürfen nicht häufiger als dreimal pro Sekunde blinken, um epileptische Anfälle zu vermeiden.



2.1.1 Tastaturnavigation

Alle Funktionen müssen ausschließlich per Tastatur bedienbar sein.



2.2.2 Pause/Stop

Nutzer:innen müssen automatisch scrollende oder bewegte Inhalte (z. B. Karussells, Animationen) anhalten oder stoppen können.



2.4.7 Fokus-Sichtbarkeit

Nutzer:innen müssen beim Navigieren per Tastatur jederzeit erkennen können, wo sich der Fokus befindet.



1.4.4 Textvergrößerung

Texte müssen bis zu 200 % vergrößert lesbar und nutzbar bleiben.



2.4.3 Fokus-Reihenfolge

Die Navigationsreihenfolge muss logisch und vorhersehbar sein.

5.4 Bewertungsmethodik

- Kriteriumsebene: 0 = bestanden, 1 = nicht bestanden
- Website-Ebene: Gesamtanzahl der Fehler von 8 möglichen Kriterien
- Land-/Branchenebene: Durchschnittswerte über alle getesteten Websites



Appendix A:

Analysierte Websites

Insgesamt wurden 100 große Websites überprüft. Nur 6 Websites erreichten die volle Punktzahl (0 Fehler):



Frankreich

- Cdiscount
- Zalando France



Vereinigtes Königreich

- National Rail
- National Trust
- Santander UK



Österreich

- C&A Austria

Alle anderen Websites wiesen mindestens einen Accessibility-Fehler auf.

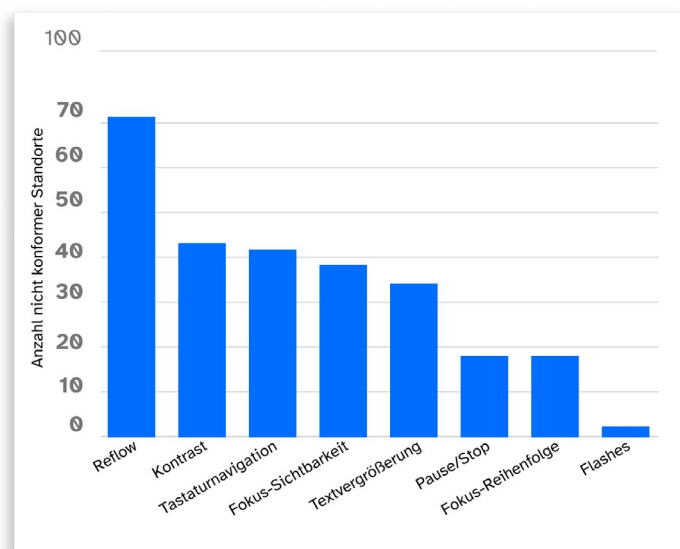


Appendix B:

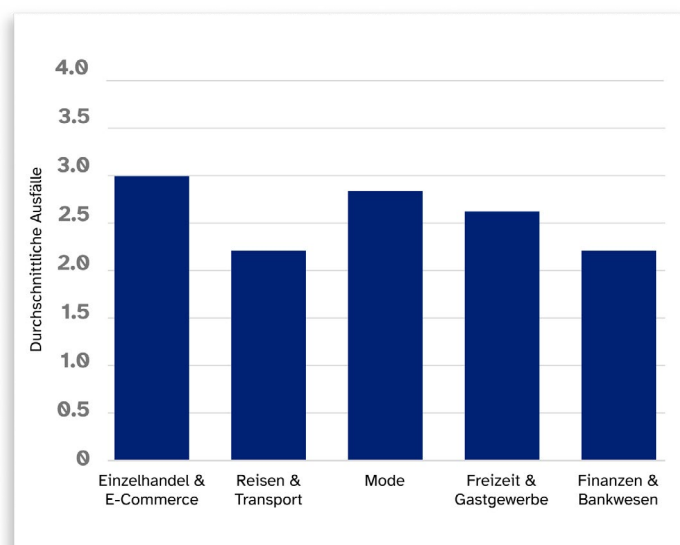
Statistische Auswertung

In diesem Abschnitt wurden die häufigsten Fehler über alle Websites hinweg ausgewertet: Verteilung der Fehler pro Website nach Branche, durchschnittliche Fehler pro Seite, Compliance-Raten nach Branche und Land.

Häufigste Barrieren auf allen 100 Websites

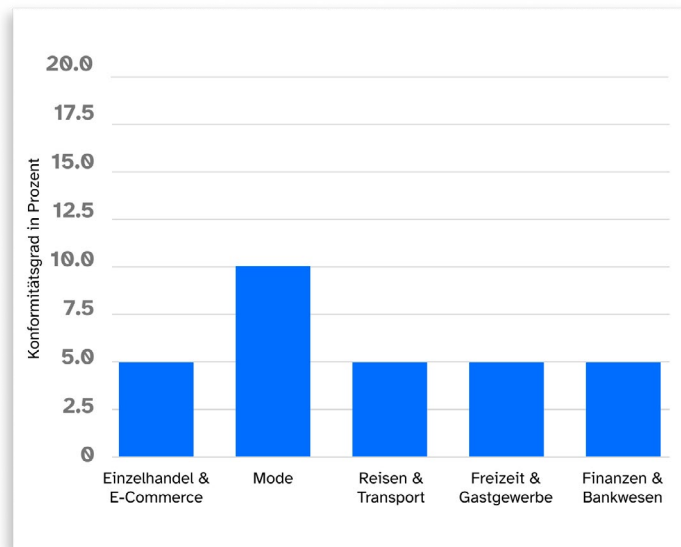


Durchschnittliche Anzahl an Barrieren pro Website nach Branche

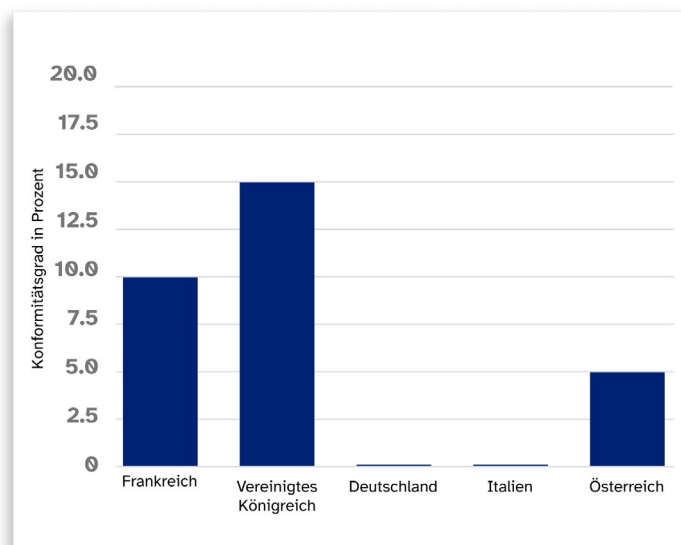




Grad der Barrierefreiheit nach Branche



Grad der Barrierefreiheit nach Land





Appendix C:

Best-Practice-Beispiele

Der Beweis, dass es geht: Die sechs Vorreiter

Nur sechs der 100 getesteten Websites erreichten vollständige Compliance bei allen acht Accessibility-Kriterien. Diese Beispiele aus Retail, Travel und Finanzdienstleistungen zeigen: Barrierefreiheit ist machbar – ohne Kompromisse bei Design oder Funktionalität.



Frankreich

- Cdiscount
- Zalando France



Vereinigtes Königreich

- National Rail
- National Trust
- Santander UK



Österreich

- C&A Austria

Für Nutzer:innen mit Behinderungen bedeutet das: Unabhängigkeit und gleichberechtigter Zugang. Für Unternehmen bedeutet es: bessere Usability, größere Reichweite und klare Reputationsvorteile.

Wichtiger Hinweis

Barrierefreiheit erfordert kontinuierliche Aufmerksamkeit. Auch vollständig konforme Websites können nach Updates neue Barrieren einführen, wenn Änderungen nicht inklusiv umgesetzt werden. Die Ergebnisse stellen daher eine Momentaufnahme dar – keine Garantie für dauerhafte Performance.



Appendix D:

Learnings

Typische Stolperfallen, die es zu vermeiden gilt

Am anderen Ende des Spektrums gab es eine kleine Gruppe von Websites, die besonders schlecht abschnitten – mit 6 oder mehr Fehlern bei den 8 getesteten Kriterien. Um kein „Naming & Shaming“ zu betreiben, bleiben diese anonym.

Die Muster sind jedoch klar:

- **Mode & Einzelhandel:** dominierten das Schlussfeld. Viele scheiterten an 7 von 8 Kriterien – selbst grundlegende Shopping-Funktionen waren nicht nutzbar.
- **Travel-Buchungsplattformen:** zeigten systematische Fehler bei WCAG 2.1.1 (Tastaturbedienung). Wesentliche Funktionen (Menüs, Formulare, Buttons) konnten nicht ausschließlich mit Tastatur genutzt werden.
- **Banken & Finanzdienste:** sehr uneinheitlich – manche schnitten gut ab, andere fielen bei elementaren Prozessen wie Login oder Formularnavigation durch.

Typische Fehler unter den schlechtesten Fällen: defektes Reflow bei 400 % Zoom, mangelnder Farbkontrast, nicht zugängliche Buttons oder Formulareingabefelder, fehlende Fokus-Anzeigen.

Warum das relevant ist

Für Menschen mit Behinderungen machen diese Fehler ganze Websites unbrauchbar. Für Unternehmen bedeuten sie: verlorene Umsätze und massives rechtliches Risiko.

Die Tatsache, dass manche Websites in unserem Sample bei sechs oder mehr Kriterien durchfielen, zeigt, wie weit viele Organisationen noch von echter Barrierefreiheit entfernt sind.

