

Digitale Barrieren **müssen fallen**

Was bei der Gestaltung von Online-Angeboten jetzt zu beachten ist.

Die Welt wird digitaler. Für viele Menschen bedeutet das Fortschritt – für viele andere weitere Hürden. Wo Buchungen, Käufe, Anfragen und Kontaktaufnahmen heute oft nur noch online möglich sind, stehen Millionen Menschen vor unsichtbaren Barrieren: Sie können Websites nicht bedienen, Formulare nicht ausfüllen oder wichtige Informationen nicht erfassen.

Ob digitale Medien barrierefrei sein müssen, war lange Zeit eine eher moralische Frage. Nun rückt diese Barrierefreiheit mit dem European Accessibility Act (EAA) und dem deutschen Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) in den Fokus der Gesetzgebung. Denn ab 28. Juni 2025 gilt: Digitale Angebote müssen barrierefrei sein, und das bedeutet, dass alle Menschen – unabhängig von Behinderungen oder Einschränkungen – digitale Inhalte problemlos nutzen können müssen. Gerade für Immobilienverwaltungen, die zunehmend auf digitale Plattformen setzen, stellt sich daher die dringende Frage, ob ihr Online-Angebot für alle zugänglich und nutzbar ist.

Warum ist Barrierefreiheit so wichtig?

Die größten Hürden liegen oft im Detail – für Betroffene machen sie jedoch den Unterschied zwischen Nutzbarkeit und Ausschluss aus. Rund 12,5 Prozent der Deutschen

leben mit einer anerkannten Behinderung. Weitere 22 Prozent sind über 65 Jahre alt und haben entsprechende altersbedingte Einschränkungen, 7,5 Prozent wiederum haben Schwierigkeiten beim Lesen.

Mangelnde Lesbarkeit ist eines der Probleme: Kleine, dünne Schrift auf hellen Hintergründen erschwert vielen Menschen das Lesen, insbesondere älteren Nutzern. Auch Farben spielen eine Rolle: Menschen mit Rot-Grün-Schwäche können bestimmte Buttons oder Links schlicht nicht erkennen.

Als weiteres Hindernis erweisen sich für Screenreader nicht geeignete Formate. Sehbehinderte oder blinde Menschen sind auf Software angewiesen, die Texte vorliest. Wenn aber Immobilien-Websites beispielsweise Exposés nur als grafische PDFs bereitstellen oder Bilder keine beschreibenden Alternativtexte enthalten, bleibt deren Inhalt für sie unsichtbar. Auch die Navigation auf vielen Websites kann problematisch sein. Verschachtelte Menüs, komplexe Strukturen und uneindeutige Seitentitel machen es vielen schwer, sich zurechtzufinden.

Noch gravierender ist es, wenn eine Website nur per Maus bedienbar ist. Auch wenn interaktive Elemente nur per Klick erreichbar sind, bedeutet das Ausschluss. Wer beispielsweise unter starker rheumatoider Arthritis leidet und daher eine Wohnungsbesichtigung mittels Sprachsoftware buchen möchte, stößt plötzlich auf eine unüberwindbare Barriere. Hinzu kommt die sprachliche Verständlichkeit. Komplizierte Begriffe, verschachtelte Sätze und Fachjargon erschweren es Menschen mit Leseschwierigkeiten, Inhalten zu folgen.

Der rechtlicher Druck steigt.

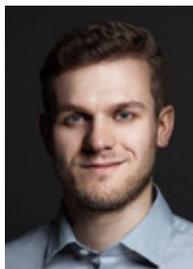
Der 28. Juni 2025, der Tag also, an dem Websites eben für die genannten Nutzergruppen barrierefrei sein müssen, kommt schneller als viele denken. Wer bis dahin nicht vorbereitet ist, wird mit Abmahnungen

DIE AUTOREN



Tina Sprung

Beraterin für digitale Lösungen, Sprungbrett Digitalagentur
www.sprungbrett-digitalagentur.ch



Johannes Wiese

Geschäftsführer
Digitalagentur dotflow digital solutions GmbH
www.dotflow.com

und verärgerten Nutzern rechnen müssen. Das betrifft auch Immobilienverwaltungen, zumindest in den folgenden Fällen:

- Ihre Website enthält Immobilienangebote, Formulare oder Dokumente.
- Sie betreiben ein Online-Mieterportal oder eine Verwaltungsplattform.
- Dienstleistungen wie Terminbuchungen oder Kontaktformulare werden online bereitgestellt.
- Mietverträge oder Hausordnungen werden digital bereitgestellt.
- Das Unternehmen beschäftigt mehr als zehn Mitarbeiter oder erzielt einen Jahresumsatz über zwei Mio. Euro.

Auch wenn nicht für alle Unternehmen die gesetzliche Verpflichtung zur digitalen Barrierefreiheit besteht, lohnt es sich, frühzeitig zu handeln. Es zeichnet sich ab, dass Barrierefreiheit in Zukunft in immer mehr Bereichen zur Pflicht werden könnte. Besonders im Personalwesen gewinnt Inklusion zunehmend an Bedeutung. Unternehmen, die sich schon jetzt darauf vorbereiten, haben einen klaren Vorteil – nicht nur aus gesellschaftlicher Verantwortung, sondern auch, weil sie sich als attraktive Arbeitgeber positionieren. Ein weiterer oft übersehener Aspekt ist die Auswirkung auf die Kreditwürdigkeit. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung spielen bei Banken und Investoren eine immer größere Rolle. Unternehmen,

die frühzeitig auf digitale Barrierefreiheit setzen, könnten langfristig bessere Finanzierungsbedingungen erhalten und sich wirtschaftliche Vorteile sichern. Zudem bewertet auch Google barrierefreie Websites aktuell besser, sodass solche Inhalte im Sinne der Suchmaschinenoptimierung im Netz besser auffindbar sind.

Schritt für Schritt zur Umstellung

Digitale Barrierefreiheit muss keine Mammutaufgabe sein. Oft reichen bereits wenige gezielte Anpassungen, um Websites und Online-Dienste für alle nutzbar zu machen. Hier ein paar Beispiele:

1. Klare Struktur und intuitive Navigation

Nutzer sollten sich auch ohne Maus problemlos durch Inhalte bewegen können – etwa mithilfe der Tastatur oder einer Sprachsteuerung. Logische Strukturen, gut erkennbare Buttons und eine konsistente Seitenarchitektur erleichtern die Orientierung für alle.

2. Hoher Kontrast und skalierbare Schrift

Wer Schriftgrößen flexibel anpassbar macht und für ausreichende Kontraste sorgt, ermöglicht Menschen mit beeinträchtigtem Sehvermögen einen besseren Zugang zu Informationen.

3. Alternative Inhalte für visuelle Elemente

Alternativtexte für Bilder und Untertitel für Videos sind wichtig, um Inhalte auch für blinde oder gehörlose Menschen zugänglich zu machen.

4. Einfache Sprache statt Fachjargon

Klare, prägnante Sprache und gut strukturierte Texte verbessern die Verständlichkeit und erhöhen gleichzeitig die Nutzerfreundlichkeit für alle.

5. Barrierefreie Dokumente statt reiner Bild-PDFs

Solche Dokumente sind besser so zu gestalten, dass Text erkannt und vorgelesen werden kann – noch besser: sie direkt als HTML-Seite bereitstellen.

Erster Check für die Website

Es lohnt sich, externe Prüfungen durchzuführen, um einen ersten Website-Check zu erhalten. Der folgende Leitfaden zeigt Tools zur Überprüfung auf und gibt Tipps zur Umsetzung. Spezialisierte Agenturen oder Accessibility-Consultants führen professionelle Audits durch, testen Websites mit assistiven Technologien und geben praxisnahe Handlungsempfehlungen. Das spart nicht nur Zeit, sondern verhindert auch Fehlinvestitionen in Maßnahmen, die am Ende nicht den gewünschten Effekt erzielen.



Leitfaden zur barrierefreien Website

1. Bestandsaufnahme

Bevor Maßnahmen ergriffen werden, lohnt es sich, die eigene Website oder Online-Plattform zu überprüfen:

- › Ist die Seite auch ohne Maus bedienbar?
- › Sind Schriftgröße und Kontraste ausreichend?
- › Können Screenreader Inhalte problemlos erfassen?

Kostenlose Analysetools wie Google Lighthouse oder WAVE helfen, Schwachstellen zu identifizieren. Screenreader-Tests mit NVDA, dem Open Source Screenreader für Windows, oder VoiceOver, der Bildschirmlesetechnik von Apple, zeigen, ob Inhalte für blinde oder sehbehinderte Menschen zugänglich sind.

2. Externe Prüfung

Ein professioneller Audit durch Experten für Barrierefreiheit liefert weitere konkrete Handlungsempfehlungen und hilft, Investitionen gezielt einzusetzen. Denn technische Analysen können zwar Fehlerquellen sichtbar machen, ersetzen aber nicht die Erfahrung der Nutzer, etwa in Bezug auf die Verständlichkeit der Texte.

3. Prioritäten setzen

Nicht jede Anpassung muss sofort umgesetzt werden. Einige zentrale Punkte sollten Unternehmen jedoch frühzeitig angehen:

- › Lesbarkeit verbessern: Kontraste optimieren, Schriftgrößen anpassen
- › Bilder und Videos zugänglich machen: Alternativtexte für Bilder, Untertitel für Videos
- › Dokumente anpassen: PDFs nicht nur als Bilddateien einstellen, sondern durchsuchbar und barrierefrei.
- › Einfache Sprache: komplexe Formulierungen vermeiden, Inhalte verständlich gestalten

4. Fördermöglichkeiten nutzen

Die Umsetzung barrierefreier Angebote kann finanziell gefördert werden. Programme wie „Digital Jetzt“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz unterstützen digitale Modernisierungsmaßnahmen. Auch auf Länderebene gibt es Fördermittel, die Unternehmen in Anspruch nehmen können. Agenturen können dabei unterstützen, Fördermittel ausfindig zu machen.