



White Paper

So schaffen Sie digitale Barrierefreiheit

So schaffen Sie digitale Barrierefreiheit

Ihr Action Plan für zur Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen aus dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Menschen mit Beeinträchtigungen sind vertreten in allen Altersklassen, Gesellschaftsschichten und Berufsgruppen in unserer Gesellschaft. Betroffene Menschen sollen als Verbraucher – dank dem deutschen Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) – zuverlässig diskriminierungsfrei auch online Angebote finden und annehmen können. In diesem White Paper geben wir einen Überblick über die kommenden Anforderungen aus dem BFSG. Wir erläutern, wie Sie Ihre digitalen Angebote barrierefrei gestalten müssen und was dabei zu berücksichtigen ist.

von Dennis Grönger, Senior Business Consultant

Einleitung

Beeinträchtigte Menschen sind ein vielfältiger Teil unserer Gesellschaft. Sie sind vertreten in allen Altersklassen, Gesellschaftsschichten und Berufsgruppen. Sie finden sich in jeder Altersgruppe, jeder sozialen Schicht und Berufssparte. Beeinträchtigungen sind nicht immer sofort ersichtlich, und manche Personen würden sich selbst nicht als beeinträchtigt betrachten. Beeinträchtigungen können dauerhaft auftreten oder zeitlich begrenzt sein. In einigen Fällen sind sie angeboren, bei anderen treten Beeinträchtigungen erst im Verlaufe des Lebens, teilweise gar erst im sehr hohen Alter auf.

Mit der Einführung des Diskriminierungsverbots aufgrund von Behinderungen in das Grundgesetz 1994 wurde der gesellschaftliche Konsens gefestigt, dass ein selbstbestimmtes, barrierefreies Leben für alle Betroffenen möglich sein muss. In den letzten 30 Jahren hat sich viel getan. Mittlerweile ist es nahezu eine Selbstverständlichkeit, dass der öffentliche Nahverkehr rollstuhlgerecht ist, Hinweisschilder in öffentlichen

Gebäuden auch für Blinde zugänglich sind und Kinder mit Lernschwierigkeiten zusätzliche Unterstützung im Schulunterricht erhalten.

Obwohl der physische Raum zunehmend barrierefrei gestaltet wird, hinkt der digitale Raum dieser Entwicklung nach. Die digitalen Angebote der deutschen Versicherungswirtschaft bilden hier keine Ausnahme. Mit dem European Accessibility Act (EAA) und dem deutschen Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) wird sich das ab dem 28. Juni 2025 und auch darüber hinaus ändern.

In diesem White Paper geben wir einen Überblick über die kommenden Anforderungen. Wir erläutern, inwieweit und an welchen Stellen Sie Ihre digitalen Angebote barrierefrei gestalten müssen und was dabei zu berücksichtigen ist. Unser praxiserprobter Action Plan dient als Leitfaden für die erfolgreiche Umsetzung dieser gesetzlichen Vorgaben.

Vier unterschiedliche Formen von Einschränkungen erschweren die Nutzung von digitalen Angeboten

Der European Accessibility Act und das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz sind branchenübergreifende Gesetze, die auf etablierten Standards und Normen aufbauen. Sie spezifizieren keine einzelnen Beeinträchtigungsarten. Daher ist es zunächst wichtig, sich mit diesen verschiedenen Einschränkungen vertraut zu machen.

Bei digitalen Services können beispielsweise Einschränkungen in den Bereichen Motorik, Sehvermögen, Hörvermögen oder Kognition die Nutzung beeinträchtigen.

Motorische Einschränkungen



- Langsame Reaktionszeit
- Eingeschränkte Feinmotorik

Visuelle Einschränkungen



- Blindheit
- Verringertes Sehvermögen
- Farbfehlsichtigkeit

Akustische Einschränkungen



- Taubheit
- Verringertes Hörvermögen

Kognitive Einschränkungen



- Lernbehinderung
- Ablenkbarkeit
- Konzentrationsstörungen

Abbildung 1: Formen der Einschränkungen und ihre Ausprägungen

Die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen wird eine gesetzliche Pflicht in allen EU-Ländern

Gemäß dem European Accessibility Act sind alle Mitgliedsstaaten dazu verpflichtet, europäische Standards in ihre nationale Gesetzgebung zu integrieren. In Deutschland geschieht dies im Rahmen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes. In anderen EU-Ländern gibt es vergleichbare Gesetzgebungen. Entscheidend im Verbrauchergeschäft ist die nationale Gesetzgebung des Wohnsitzlandes des Kunden, unabhängig vom Unternehmenssitz. Sofern Ihr Unternehmen seine Produkte und Dienstleistungen auch in anderen EU-Ländern anbietet, müssen Sie die dortigen Barrierefreiheitsanforderungen ebenfalls erfüllen.

Die Erfüllung dieser Anforderungen bietet auch konkrete Geschäftschancen. Allein in Deutschland sind über 20 Millionen Menschen betroffen. EU-weit ist diese Zahl natürlich wesentlich höher und überschreitet 150 Millionen Menschen. Somit wird Barrierefreiheit spätestens ab dem 28. Juni 2025 zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor im zielgruppenorientierten Produktmanagement und Marketing. Letztendlich profitieren von barrierefreien Angeboten alle Nutzer, unabhängig davon, ob sie Einschränkungen haben oder nicht.

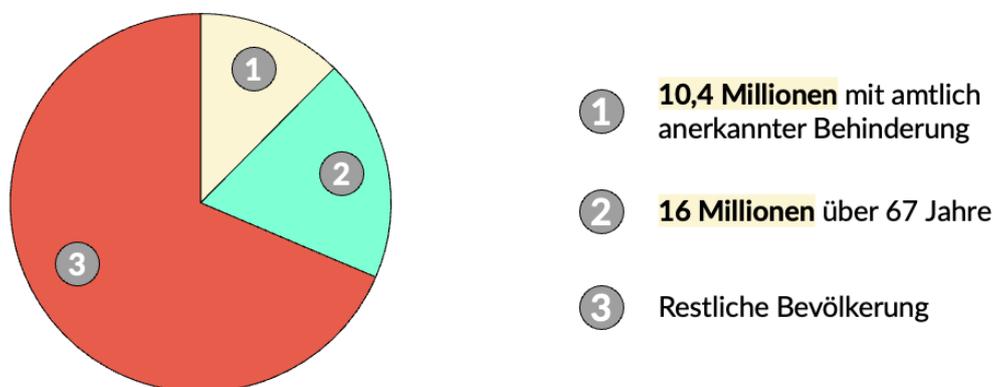


Abbildung 2: Verteilung von Betroffenenengruppen

Am 28. Juni 2025 treten die Barrierefreiheitsanforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetz in Kraft

Mit der Verabschiedung des European Accessibility Acts im Jahr 2019 wurden die europäischen Mitgliedstaaten verpflichtet, das neue Regelwerk zur Barrierefreiheit in nationales Recht umzusetzen.

In Deutschland wurde hierfür 2021 das sogenannte Barrierefreiheitsstärkungsgesetz verabschiedet. Mit der 2022 erlassenen Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSGV) wurden die Anforderungen an die Barrierefreiheit konkretisiert. Der detaillierte Anforderungskatalog beruht dabei auf den Vorgaben der EU-Richtlinie.

Am 28. Juni 2025 tritt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt dürfen Produkte und Dienstleistungen, die in den Geltungsbereich des BFSG fallen, nur noch barrierefrei gemäß den gesetzlichen Vorschriften angeboten werden. Ein Verstoß kann mit bis zu 100.000 € Geldstrafe oder der Einstellung der Leistung geahndet werden.

Für Produkte und Dienstleistungen, die bereits vor dem 28. Juni 2025 in Gebrauch waren, gibt es eine Übergangsfrist bis zum 28. Juni 2030. In der Versicherungsbranche erwarten wir allerdings, dass die Unterscheidung zwischen Verträgen vor und nach diesem Stichtag der Ausnahmefall werden wird.

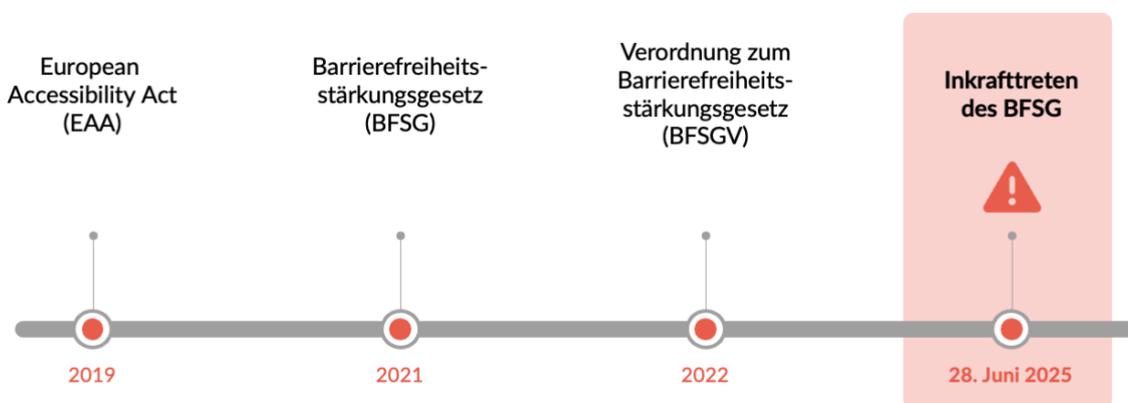


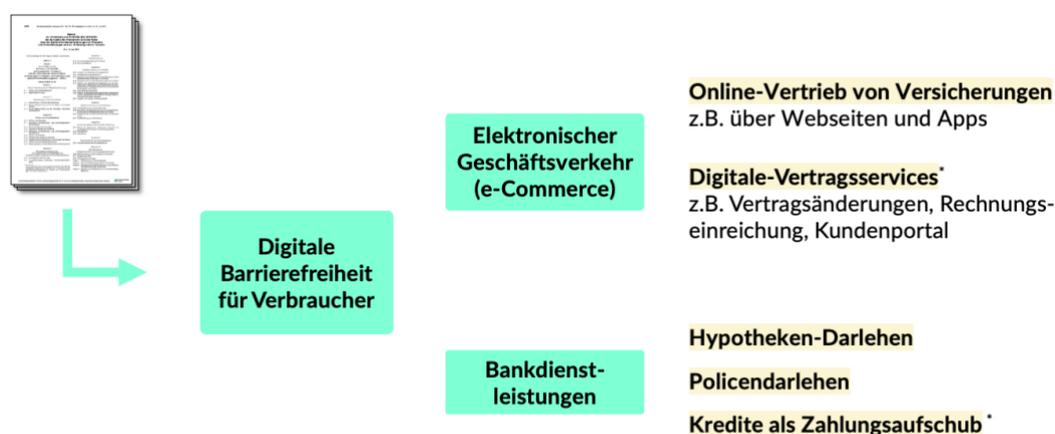
Abbildung 3: Zeitliche Entwicklung vom EAA zum Inkrafttreten des BFSG

Versicherungsunternehmen sind im Online-Vertrieb und bei ihren digitalen Vertrags-services betroffen

Der Gesetzgeber verlangt von den Unternehmen in der Versicherungswirtschaft keine vollumfängliche und generelle Barrierefreiheit im gesamten Geschäftsverkehr. Tatsächlich gefordert wird hingegen eine digitale Barrierefreiheit im elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern.

Konkret betroffen ist der Online-Vertrieb von Versicherungsprodukten an Verbraucher, unabhängig von der verwendeten Technologie. Dabei ist nicht erforderlich, den gesamten Inhalt und alle Funktionen beispielsweise einer Website oder App anzupassen, sondern nur die Teile, die im Zusammenhang mit der individuellen Kaufentscheidung des Kunden stehen einschließlich der darauf aufbauenden Abschlussstrecken.

Nach der Auffassung des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft ist über den eigentlichen Online-Abschluss auch die digitale Nutzung eines Vertrages von den gesetzlichen Anforderungen betroffen. Digitale Services wie beispielsweise Vertragsänderungen, Rechnungseinreichung oder Kundenportale fallen ebenfalls in den Geltungsbereich des BFGS.



*Vgl. Veröffentlichungen des GDV

Abbildung 4: Regelungen des BFGS für Versicherungsunternehmen

Wie bereits erwähnt ist die Barrierefreiheit von Online-Abschluss und digitalen Vertragsservices nur gegenüber Verbrauchern gefordert. Das BFGS definiert Verbraucher als natürliche Personen, die diese Verträge oder Services nicht im Rahmen einer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit nutzen. Angebote und Services, die sich an Vertriebspartner, Firmenkunden oder Selbstständige richten, sind demnach nicht betroffen.

Sofern Versicherungsunternehmen Bankdienstleistungen in Form von Hypothekendarlehen, Policendarlehen oder sonstigen Krediten in Form eines Zahlungsaufschubs anbieten, gelten für diese Teile besondere Anforderungen.

Die gesetzlichen Anforderungen zur digitalen Barrierefreiheit machen umfassende Anpassungen in den digitalen Kunden-Touchpoints notwendig

Die Definition von Barrierefreiheit im BFSG ist abstrakt und teils unspezifisch. §3 Abs. 1 BFSG besagt, dass eine Dienstleistung barrierefrei ist, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar ist.

Wie weitreichend diese Anforderungen sein können, wird deutlich, sobald man diese abstrakte Norm auf konkrete Beispiele anwendet:

- Ein blinder Mensch kann sich auf der Website des Versicherers über die Wohngebäudeversicherung informieren, den Beitrag berechnen und Versicherungsschutz beantragen.
- Ein motorisch eingeschränkter Mensch kann Leistungen mithilfe einer Kunden-App beantragen.
- Einem kognitiv eingeschränkten Menschen steht das Formular „Angaben zu einem Versicherungsfall in der Krankenversicherung für ausländische Gäste“ in leichter Sprache zur Verfügung.

Barrierefreiheit (§3 Abs. 1 BFSG):

„[...] 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. [...]“



Ein blinder Mensch kann sich auf der Website des Versicherers über die **Wohngebäudeversicherung** informieren, den Beitrag berechnen und Versicherungsschutz beantragen



Ein motorisch eingeschränkter Mensch kann Leistungen mithilfe einer **Kunden App** beantragen



Einem kognitiv eingeschränkten Menschen steht das **Formular** „Angaben zu einem Versicherungsfall in der Krankenversicherung für ausländische Gäste“ in **leichter Sprache** zur Verfügung

Abbildung 5: Anwendungsbeispiele der Barrierefreiheit

Die Implementierung der Barrierefreiheit erfolgt auf drei unterschiedlichen Ebenen

Für die technische Umsetzung der Barrierefreiheit kann auf international anerkannte Normen und etablierte Guidelines zurückgegriffen werden. Prinzipiell lassen sich dabei drei Ebenen der Implementierung unterscheiden:

- Barrierefreier Code, wie semantisches HTML und WAI-ARIA, zur Unterstützung von Screenreadern.
- Barrierefreies Design, wie die vollständige Bedienbarkeit einer Anwendung über die Tastatur.
- Barrierefreier Content, wie aussagekräftige Bildbeschreibung als Alt-Text für Grafiken, Fotos, Schaubilder etc.



Abbildung 6: Ebenen der Barrierefreiheit

Im Rahmen der vorliegenden Normen und Standards ergeben sich über 100 unterschiedliche Anforderungen bei der Implementierung. Dies macht eine system- und kontextspezifische Vorauswahl unerlässlich.

Unser Action Plan zur Umsetzung des BFSG verfolgt ein klares Zielbild

Die rechtzeitige Umsetzung des BFSG zum 28. Juni 2025 kann erheblichen Aufwand bei den betroffenen Unternehmen in der Versicherungswirtschaft verursachen. Dabei sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass auch über diesen Umsetzungsstichtag hinaus die Barrierefreiheit als laufender Anforderungsprozess in der Produkt- und Softwareentwicklung implementiert werden muss. Regelmäßige Überprüfungen aller bestehenden Services und Anwendungen werden ab 2025 notwendig, insbesondere dann, wenn es zu technischen Neuerungen und Anpassungen der Normen kommt.

Die eigentliche Umsetzung der digitalen Touch Points und auch die organisatorische Verankerung der Barrierefreiheit als laufender Anforderungsprozess erfordern ein hohes Maß an spezifischem Know-how. Rechtzeitig vor einem Projektstart sind hierfür ausreichende Schulungen der Fachbereiche und der Softwareentwicklung notwendig. Darüber hinaus müssen Unternehmen für sie passende Guidelines zur barrierefreien Softwareentwicklung und barrierefreien Content-Erstellung ausarbeiten.

Sofern ein Unternehmen bereits eigene User-/Test-Groups aufgebaut hat, sollten diese im Bereich der Barrierefreiheit ausgeweitet werden. Optional kann auch die Zusammenarbeit mit Betroffenenverbänden in Frage kommen.

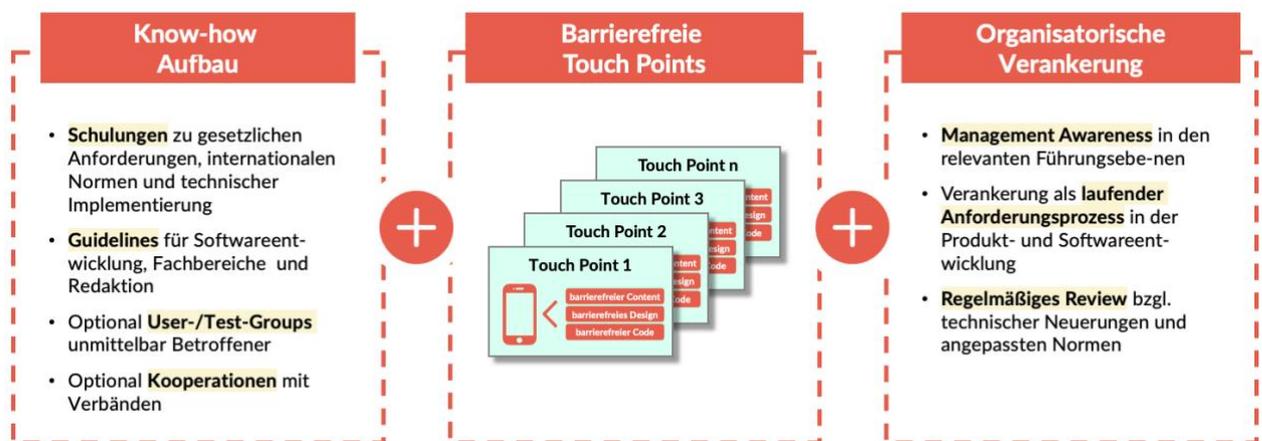


Abbildung 7: Zielbild bei der Umsetzung der Barrierefreiheit

Durch einen gezielten Know-how Transfer und einen Barriere-Quick-Check Barrierefreiheit einfacher umsetzen und sofort anwenden

Aus der praktischen Projekterfahrung heraus empfehlen wir vor Beginn eines Umsetzungsprojekts sicherzustellen, dass bei den Projektbeteiligten aus Fachbereichen und Softwareentwicklung fundiertes Wissen über Barrierefreiheit vorhanden ist. Dies vereinfacht die Analyse- und Umsetzungsphasen und wirkt sich kostensparend aus.

Für die Aufwandsanalyse und die technische Konzeption ist es nicht notwendig, z.B. alle Content-Seiten eines Kundenprotals auf ihre Barrierefreiheit hin zu prüfen. Ein sorgfältig vorbereiteter Barriere-Quick-Check liefert bereits mit einer zielgerichteten Auswahl von Seiten belastbare Ergebnisse für die Projektplanung und Umsetzung.

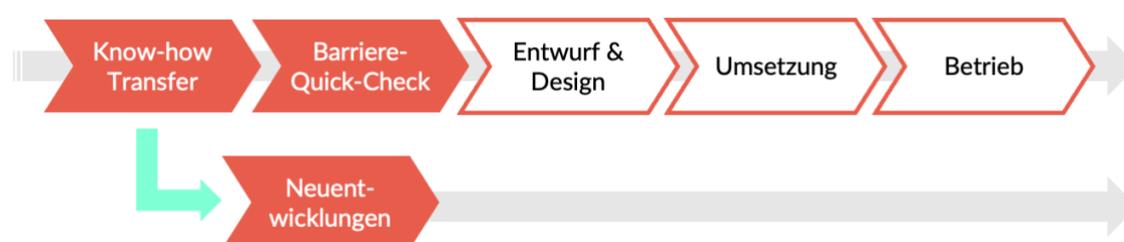


Abbildung 8: Projektphasen bei der Umsetzung der Barrierefreiheit

Mit dieser Herangehensweise werden Sie in der Lage sein, Ihre Neuentwicklung von Produkten und Anwendungen auch schon vor dem Stichtag 28. Juni 2025 barrierefrei auf den Markt bringen zu können. Das erleichtert den Umsetzungsaufwand für die bereits bestehenden Systeme.

Sie möchten mehr erfahren?

Unsere red6 Experten beraten Sie gerne unverbindlich zu passenden Lösungsansätzen.

Felix Gerdes, Business Development

felix.gerdes@red6-es.de

[040 4119 2915](tel:04041192915)

www.red6-es.de

