

Quick Audit

Projektleitung

Geschäftsführung

IT

Recht

Der 60-Minuten-Schnelltest für Barrierefreiheit – ohne kostenpflichtige Tools, ohne Agentur

Achtung! Diese SOP ist optional – nämlich dann, wenn du deine Stakeholder noch von der Wichtigkeit der Barrierefreiheit überzeugen musst. Falls du niemanden mehr überzeugen musst, kannst du diese SOP einfach überspringen und mit SOP 6 weitermachen. Dort wirst du deine Erklärung zur Barrierefreiheit schreiben – und damit du das machen kannst, benötigst du einen genauen Überblick über den Stand der Barrierefreiheit aller deiner Produkte und Materialien.

Du weißt durch SOP 4, dass du die Stakeholder in deinem Unternehmen möglicherweise von der Wichtigkeit des Barrierefreiheits-Projekts überzeugen musst und wie du das machst.

Du hast dort aber auch gelesen, dass du am überzeugendsten wirkst, wenn du zeigen kannst, dass wichtige Seiten in deinem Unternehmen noch nicht barrierefrei sind (und die Konsequenzen, eine nicht-barrierefreie Seite zu haben, obwohl man eine haben muss, hast du in SOP 1 erfahren).

In dieser SOP erfährst du, wie du schnell einen solchen Test durchführen kannst, um deine Stakeholder zu überzeugen – ohne kostenpflichtige Tools und Agenturen. Und das, obwohl du noch gar nicht alle Details zur Umsetzung der Barrierefreiheit hast (die kommen ab SOP 12).

Wann musst du das machen?

- Bevor du ein Barrierefreiheits-Projekt planst.
- Wenn du intern Überzeugungsarbeit leisten musst (erinnere dich an SOP 4 und die „Quick Wins“).
- Nach jeder größeren Änderung (Relaunch, neues Formular etc.).

Welches Gesetz verlangt das?

- Es gibt keine gesetzliche Pflicht für Selbstchecks. Aber: Barrierefreiheit ist seit dem 28. Juni 2025 verpflichtend (EAA / BFSG) und du musst nachweisen können, dass du aktiv geworden bist. Ein interner Quick Audit ist der perfekte Nachweis für zumindest ein „Wir haben angefangen!“.

Der Prozess im Detail

1 Wähle repräsentative Seiten aus

Idealerweise würdest du jetzt alles prüfen, um herauszufinden, was bei dir im Unternehmen bereits barrierefrei ist und was nicht. Das wirst du auch spätestens dann machen, wenn du deine Erklärung zur Barrierefreiheit schreibst.

Bis dahin ist es für dich aber noch ein kleiner Weg – du musst ja noch immer die Stakeholder in deinem Unternehmen überzeugen und ihnen Beispiele zeigen, damit sie besser verstehen, was im Argen liegt.

Allerdings ist das Letzte, was du willst, Wochen damit zuzubringen, jemanden von der Wichtigkeit deines Projekts zu überzeugen.

Die gute Nachricht: Du musst das auch nicht.

Falls dein Unternehmen zahlreiche Unterseiten hast, musst du nicht ALLE prüfen.

Wähle stattdessen einfach 3–5 Seiten mit hoher Relevanz aus, um einen aussagekräftigen Querschnitt zu erhalten. Seiten, die dafür hervorragend geeignet sind, sind z.B.:

- Startseite: Der Erstkontakt, der Vertrauen schaffen muss.
- Produktseite / Shop: Ein Conversion-Killer, wenn sie nicht nutzbar ist.
- Kontaktformular: Ein wichtiger Touchpoint, der oft fehleranfällig ist.
- Login / Kundenbereich: Pflicht für die Selbstbestimmung der Nutzer:innen.
- PDF / Video / Newsletter: Auch diese Medien müssen barrierefrei sein. Tipp: Starte mit der Seite, die dir am peinlichsten wäre, wenn sie jemand mit einem Screenreader testen würde (weil die Person mit Einschränkungen sie nicht nutzen könnte).

2 Führe nun einen Quick-Check mit Tools & Tastatur durch

Jetzt musst du checken, ob diese Seiten auch tatsächlich barrierefrei sind. Dafür wirst du ein paar Tools bzw. Techniken benötigen.

Und das ist kein Problem – nutze einfach die folgenden kostenfreien Tools, für die keine Installation nötig ist:

- WAVE Web Accessibility Evaluation Tool : Ein fantastisches kostenloses Tool, das dir Kontraste, fehlende Alt-Texte und Label-Probleme zeigt.
- axe DevTools (Browser-Erweiterung für Chrome/Firefox) : Zeigt Barrieren direkt im Code-Inspektor.
- Tab-Taste + Shift + Tab: Simuliere die Tastaturbedienung und prüfe, ob du alles steuern, ausfüllen und absenden kannst.
- Screenreader-Vorschau (optional): Nutze NVDA oder VoiceOver, um zu hören, was ein blinder Nutzer „sieht“.

3 Dokumentiere und visualisiere Barrieren

Du hast jetzt schon mal eine Idee davon, welche deiner wichtigsten Seiten barrierefrei sind oder eben nicht.

Allerdings reicht es natürlich nicht, einfach nur zu „wissen“, dass manche Seiten barrierefrei sind und manche nicht – natürlich musst du das auch dokumentieren.

Erstelle dafür eine einfache Übersichtstabelle mit den Spalten Seite, Problem, Beschreibung und Priorität. Dokumentiere dann die gefundenen Barrieren in einfacher Sprache.

Etwa so:

Seite

Problem

Beschreibung

Priorität

Homepage

Wird im Screenreader nicht richtig wiedergegeben

Headline nicht richtig mit H1 ausgezeichnet

Sehr hoch

Um die Überzeugungskraft noch zu erhöhen, erstelle Screenshots von den größten Problemen, markiere die Barriere und füge eine Beschreibung hinzu wie: „So sieht das jemand ohne Maus“ .

4 Präsentiere deine Ergebnisse intern

Jetzt kommen wir zum eigentlichen Sinn dieser Übung: Nutze die Dokumentation, um intern Handlungsdruck aufzubauen.

Präsentiere die Top-3-Probleme und rahme sie mit dem Hinweis: „Das ist Stand heute – mit Blick auf den vergangenen 28. Juni 2025 ist das ein Risiko.“. Verwende dabei Begriffe wie „Rechtssicherheit“, „Conversion-Verlust“ und „Nutzerzentrierung“, um eine stärkere Wirkung zu erzielen.

Denke daran: Du machst das nicht aus Spaß, sondern weil es TATSÄCHLICH genau diese Risiken gibt und du dein Unternehmen vor Abmahnungen, unzufriedenen Nutzern und damit verbundenen entgangenen Umsätzen schützen willst!

5 Plane Folgeaktionen

Du hast jetzt deinen Quick Audit und kannst sogar noch dem unwilligsten Barrierefreiheit-Gegner demonstrieren, dass das kein „Spaß“-Projekt ist, sondern bitterer gesetzlicher Ernst.

Du hast aber noch mehr: Du hast im Idealfall schon eine gute Idee davon, wie ernst die Lage in deinem Unternehmen ist. Hast du wenige Unterseiten und konntest du alles prüfen, weißt du jetzt, wie umfangreich dein Barrierefreiheit-Projekt sein wird (sobald es frei gegeben wird).

Arbeitest du allerdings für ein Unternehmen mit zahlreichen Unterseiten, weißt du es auch: Wenn ein Großteil der wichtigsten Seiten noch nicht barrierefrei sind, werden es die unwichtigeren erst Recht nicht sein. Und falls der größte Teil der wichtigsten Seiten bereits barrierefrei ist, hast du bereits das Wichtigste.

Und all das wird dir dabei helfen, in der nächsten SOP zu entscheiden, deine Erklärung zur Barrierefreiheit zu schreiben. Sobald dein Projekt nämlich freigegeben wird, musst die die nämlich schreiben und publizieren – und dafür musst du möglichst alle Inhalte im Unternehmen auf Barrierefreiheit erfassen.

Ergebnis

Du hast nun:

- Einen ersten, realistischen Überblick über deine Barrierefreiheit.
- Relevante Seiten selbst getestet.
- Probleme mit einfachen Mitteln dokumentiert.
- Dein Team für das Thema sensibilisiert.
- Eine Entscheidungsgrundlage für nächste Schritte geschaffen.

Nun heißt es für dich: Abwarten und darauf warten, dass die relevanten Stakeholder tatsächlich verstehen, was Sache ist und das Barrierefreiheit-Projekt freigeben. Sobald das dann geschehen ist, machst du direkt weiter mit SOP 6 und erstellst dort deine Erklärung zur Barrierefreiheit .

Copy-Paste-Baustein

Und hier noch ein Textbaustein, der dir dabei hilft, Druck zu erzeugen, um für das Thema „Barrierefreiheit“ die gebührende Beachtung zu erhalten, die es verdient.

Betreff: Unsere Website und die Dringlichkeit der Barrierefreiheit (Frist: 28. Juni 2025 ist bereits abgelaufen!)

Hallo [Name des Stakeholders/der Abteilung],

wie Sie wissen, war der 28. Juni 2025 das Datum, ab dem die EU die Barrierefreiheit digitaler Angebote für alle Unternehmen zur Pflicht gemacht hat. Diese Frist ist nun bereits abgelaufen , und es ist von entscheidender Bedeutung, dass wir uns schnellstmöglich der Barrierefreiheit unserer digitalen Präsenzen annehmen.

Um einen ersten Überblick über den aktuellen Stand der Barrierefreiheit zu erhalten und mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen, habe ich einen „Quick Audit“ unserer relevantesten Webseiten durchgeführt. Ziel war es, dies schnell und ohne aufwändige und kostenpflichtige Tools oder externe Agenturen zu tun.

Die Ergebnisse dieses Schnelltests sind eindeutig und zeigen einen dringenden Handlungsbedarf . Ich habe festgestellt, dass es auf kritischen Seiten unserer Website Barrieren gibt, die nicht nur die Rechtssicherheit unseres Unternehmens gefährden, sondern auch zu Conversion-Verlusten und einer negativen Nutzererfahrung führen können.

Gerne präsentiere ich Ihnen die Top-3-Probleme und ihre potenziellen Auswirkungen:

- Problem 1: [Kurze Beschreibung des Problems, z.B. „Startseite ist nicht per Tastatur bedienbar“]
- Beschreibung: [Detaillierte Beschreibung des Problems, z.B. „Nutzer, die auf eine Maus verzichten müssen (z.B. aufgrund motorischer Einschränkungen), können nicht durch die Hauptnavigation navigieren oder wichtige Formulare ausfüllen.“]
- Auswirkung: Dies kann dazu führen, dass [Beispiel: „potenzielle Kunden unsere Angebote nicht erreichen oder Transaktionen abbrechen“]. Dies ist ein direktes Risiko für unsere [Beispiel: „Umsätze und die Erfüllung rechtlicher Vorgaben“].
- Problem 2: [Kurze Beschreibung des Problems, z.B. „Kontrastmangel auf Produktseiten“]
- Beschreibung: [Detaillierte Beschreibung des Problems, z.B. „Text und wichtige Elemente auf unseren Produktseiten sind für Personen mit Sehschwäche oder Farbblindheit schwer lesbar, da die Farbkontraste nicht den Standards entsprechen.“]
- Auswirkung: Dies schränkt die Nutzbarkeit für einen großen Teil unserer Zielgruppe ein und kann zu [Beispiel: „Abbruchraten und einer negativen Wahrnehmung unserer Marke führen“].
- Problem 3: [Kurze Beschreibung des Problems, z.B. „Fehlende Alternativtexte für Bilder“]
- Beschreibung: [Detaillierte Beschreibung des Problems, z.B. „Wichtige Bilder auf unseren wichtigsten Seiten (z.B. Produktbilder, Grafiken) haben keine beschreibenden Alternativtexte. Screenreader können den Inhalt dieser Bilder nicht vermitteln.“]
- Auswirkung: Dies macht wesentliche Informationen für blinde oder sehbehinderte Nutzer unzugänglich und beeinträchtigt die [Beispiel: „Informationsvermittlung und die Inklusivität unserer Website“].

So sieht das jemand ohne Maus: [Hier können Sie einen Screenshot mit markierter Barriere und dem beschriebenen Satz einfügen, wenn die E-Mail dies zulässt.]

Diese Erkenntnisse sind Stand heute und angesichts der bereits abgelaufenen Frist vom 28. Juni 2025 ein erhebliches Risiko für unser Unternehmen. Eine nicht-barrierefreie Website kann zu Abmahnungen, hohen Bußgeldern, dem Verlust von Kunden und einer Schädigung unseres Markenimages führen.

Ich stehe Ihnen gerne zur Verfügung, um die Ergebnisse detaillierter zu besprechen und die nächsten Schritte zur Sicherstellung der Barrierefreiheit unserer digitalen Angebote zu planen. Unser Ziel ist es, unser Unternehmen vor diesen Risiken zu schützen und sicherzustellen, dass unsere Website für alle Nutzer zugänglich und nutzbar ist.

Mit freundlichen Grüßen,

[Ihr Name] [Ihre Position]

Fragen & Antworten

Warum sollte ich diesen Quick Audit durchführen, wenn die Frist für Barrierefreiheit am 28. Juni 2025 bereits abgelaufen ist?

Obwohl die gesetzliche Frist abgelaufen ist, ist die Notwendigkeit, Barrierefreiheit zu gewährleisten, dringender denn je. Dieser Quick Audit hilft dir, schnell die gravierendsten Mängel auf deinen wichtigsten Seiten zu identifizieren.

Das ermöglicht dir, umgehend Maßnahmen zu ergreifen und so rechtliche Risiken (Abmahnungen, Bußgelder) zu minimieren und Nutzerverluste zu vermeiden. Es ist ein erster, schneller Schritt, um Handlungsfähigkeit zu beweisen und die größten Probleme zu beheben, während du eine umfassendere Strategie entwickelst.

Der Text erwähnt, dass ich noch nicht alle Details zur Umsetzung der Barrierefreiheit haben muss. Bedeutet das, ich kann mit der Umsetzung warten?

Nein, auf keinen Fall. Die Aussage bedeutet, dass dieser Quick Audit eine erste Bestandsaufnahme ist und dir hilft, überhaupt erst einmal zu starten und Stakeholder zu überzeugen.

Die vollständige Umsetzung der Barrierefreiheit ist ein komplexer Prozess, der ab SOP 13 detaillierter behandelt wird.

Dieser Quick Audit soll dir aber zeigen, wo die größten Baustellen sind, damit du sofort priorisierte Maßnahmen einleiten kannst, anstatt auf eine vollständige Strategie zu warten. Jede Barriere, die du jetzt behebst, reduziert dein Risiko.

Reichen die im Quick Audit genannten kostenlosen Tools aus, um die vollständige Barrierefreiheit deiner Website zu gewährleisten?

Nein, die genannten Tools wie WAVE und axe DevTools sind hervorragende Hilfsmittel für einen ersten Schnelltest und decken viele gängige Probleme auf. Für eine umfassende Prüfung und die Sicherstellung vollständiger Barrierefreiheit sind sie jedoch nicht ausreichend. Spätere SOPs werden detailliertere Prüfmethoden und möglicherweise weitere Tools vorstellen. Der Quick Audit ist ein Startpunkt, kein Endpunkt.

Was mache ich, wenn ich bei einem Quick Audit sehr viele Probleme finde? Ist mein Projekt dann zu groß, um es intern zu stemmen?

Das ist eine wichtige Frage. Wenn du auf den von dir ausgewählten repräsentativen Seiten eine große Anzahl an schwerwiegenden Barrieren feststellst, ist dies ein starkes Indiz dafür, dass das Gesamtprojekt sehr umfangreich sein könnte.

In SOP 6 wird detaillierter erläutert, wie du basierend auf den Ergebnissen dieses Quick Audits entscheiden kannst, ob du die Umsetzung intern stemmst oder externe Unterstützung (z.B. durch eine Agentur oder Freelancer) hinzuziehen solltest.

Wie überzeuge ich Stakeholder, die auch nach diesem Quick Audit immer noch die Wichtigkeit von Barrierefreiheit anzweifeln oder die Kosten scheuen?

Der Quick Audit liefert dir handfeste Beweise und visuelle Beispiele für Mängel, die du mit konkreten Risiken (Rechtssicherheit, Conversion-Verlust) untermauern kannst.

Betone, dass es nicht um „Spaß“ geht, sondern um gesetzliche Notwendigkeit und den Schutz des Unternehmens vor Abmahnungen und finanziellen Einbußen. Visualisiere die Probleme mit Screenshots und zeige, welche Auswirkungen dies auf reale Nutzer hat.

Wenn selbst dann noch Widerstand besteht, musst du möglicherweise die möglichen Konsequenzen (Bußgelder, Imageverlust) noch eindringlicher kommunizieren und darauf hinweisen, dass die Kosten der Nicht-Barrierefreiheit die Kosten der Umsetzung oft bei Weitem übersteigen.