DEUTSCHE STADTMARKETING
GESELLSCHAFT MBH

Leitfaden
Stand: November 2026

Digitale Barrierefreiheit nach dem BFSG

Was das Gesetz von Websites und Online-Shops verlangt und wie Sie Ihre Website selbst prüfen



Seit dem 28. Juni 2025 gilt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz, kurz BFSG. Mit ihm verpflichtet der Gesetzgeber zum ersten Mal private Unternehmen, bestimmte Produkte und Dienstleistungen barrierefrei anzubieten, darunter Online-Shops und Websites, über die Privatkunden etwas bestellen oder buchen.

Dieser Leitfaden ist für Inhaber kleiner und mittlerer Betriebe geschrieben. Er erklärt, ob das Gesetz für Ihre Website gilt, was es verlangt, wer es überwacht und was ein Verstoß kosten kann. Dazu kommen sechs Prüfungen, die Sie ohne Fachwissen selbst machen, und die nächsten Schritte.

Das Wichtigste auf einen Blick

- **Seit dem 28. Juni 2025**
  gilt das BFSG für bestimmte Produkte und Dienstleistungen für Verbraucher. Eine allgemeine Schonfrist für Websites gibt es nicht.
- **Ausnahme für Kleinstunternehmen**
  Weniger als zehn Beschäftigte und höchstens 2 Mio. € Jahresumsatz oder Bilanzsumme, nur bei Dienstleistungen.
- **Pflichtangaben**
  Informationen zur Barrierefreiheit auf der Website, mit Angabe der zuständigen Marktüberwachungsbehörde.
- **Websites mit Vertragsabschluss**
  Online-Shop, Online-Buchung, Bestellung per App. Eine Website, die nur informiert, fällt in der Regel nicht darunter.
- **Technische Orientierung**
  Die europäische Norm EN 301 549, für Websites die WCAG 2.1 in den Stufen A und AA.
- **Aufsicht und Bußgeld**
  Die Marktüberwachungsstelle der Länder in Magdeburg prüft. Bußgelder reichen bis 100.000 €.

1 Wen das BFSG betrifft

Das Gesetz zählt abschließend auf, welche Produkte und Dienstleistungen es erfasst (§ 1 Abs. 2 und 3 BFSG). Produkte sind Computer, Smartphones und Tablets samt Betriebssystem, Zahlungsterminals und Automaten wie Geldautomaten, Fahrkarten- und Check-in-Automaten, Router und Fernseher mit Internetzugang sowie E-Book-Lesegeräte. Dienstleistungen sind Telefon- und Internetdienste, Bankdienstleistungen für Verbraucher, E-Books, Websites, Apps und E-Tickets im Flug-, Bahn-, Bus- und Schiffsverkehr außer im Nah- und Regionalverkehr und die Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr.

Für die meisten Betriebe zählt der letzte Punkt. Gemeint sind Angebote über eine Website oder App, die ein Verbraucher nutzt, um einen Vertrag mit Ihnen abzuschließen (§ 2 Nr. 26 BFSG). Verbraucher ist, wer überwiegend privat kauft oder bucht (§ 2 Nr. 16 BFSG).

In der Regel betroffen

- Ein Online-Shop, in dem Privatkunden bestellen, auch wenn die Waren selbst nicht unter das BFSG fallen
  Bundesfachstelle Barrierefreiheit
- Eine Online-Terminbuchung, über die Privatkunden einen Termin buchen
  Leitlinien des Bundesarbeitsministeriums, nach Bundesfachstelle
- Bestellungen über Website oder App, etwa bei einem Lieferdienst für Essen
  Bundesfachstelle Barrierefreiheit
- Online-Banking und andere Bankdienstleistungen für Verbraucher
  § 1 Abs. 3 Nr. 3 BFSG

In der Regel nicht betroffen

- Eine Website, die nur informiert oder Leistungen bewirbt, ohne dass man darüber einen Vertrag abschließt
  Bundesfachstelle Barrierefreiheit
- Angebote ausschließlich für Geschäftskunden
  Bundesfachstelle Barrierefreiheit
- Kleinstunternehmen, soweit sie Dienstleistungen anbieten
  § 3 Abs. 3 BFSG
- Websites öffentlicher Stellen: Für sie gelten eigene Gesetze, beim Bund das Behindertengleichstellungsgesetz und die BITV 2.0
  Bundesfachstelle Barrierefreiheit

Gehört zu Ihrer Website ein Shop oder eine Buchung, gelten die Anforderungen nach Einschätzung der Bundesfachstelle für die ganze Website, nicht nur für den Bestellweg. Grenzfälle wie ein Anfrageformular, über das kein Vertrag zustande kommt, regelt das Gesetz nicht ausdrücklich.

Kleinstunternehmen: so rechnen Sie

Kleinstunternehmen ist, wer weniger als zehn Personen beschäftigt und entweder höchstens 2 Millionen Euro Jahresumsatz erzielt oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens 2 Millionen Euro ausweist (§ 2 Nr. 17 BFSG). Eine der beiden Geldgrenzen genügt. Nach den Hinweisen der Marktüberwachungsstelle der Länder gilt:

- Gezählt wird in Jahresarbeitseinheiten. Eine Vollzeitstelle über das ganze Jahr zählt 1, Teilzeit und Saisonkräfte zählen anteilig, mitarbeitende Inhaber zählen mit, Auszubildende nicht.
- Maßgeblich sind die Zahlen des Jahresabschlusses, der Umsatz ohne Mehrwertsteuer. Die Einstufung wechselt erst, wenn eine Grenze in zwei Geschäftsjahren nacheinander über- oder unterschritten wird.
- Verbundene Unternehmen und Beteiligungen zählen mit, ganz oder anteilig.
- Die Ausnahme gilt nur für Dienstleistungen. Wer Produkte aus der Liste herstellt, einführt oder verkauft, hat dafür auch als Kleinstunternehmen Pflichten (§ 3 Abs. 3 BFSG).
- Kleinstunternehmen berät die Bundesfachstelle Barrierefreiheit zum BFSG (§ 15 BFSG), nach eigener Angabe kostenlos.

2 Seit wann es gilt und welche Fristen laufen

Das BFSG gilt seit dem 28. Juni 2025 für Dienstleistungen, die Verbrauchern ab diesem Tag erbracht werden, und für Produkte, die ab dann in den Verkehr kommen (§ 1 Abs. 2 und 3 BFSG). Eine allgemeine Schonfrist für Websites und Online-Shops sieht das Gesetz nicht vor. Die Übergangsregeln in § 38 BFSG betreffen drei Fälle:

bis 27. Juni 2030	Dienstleistungen dürfen weiter mit Produkten erbracht werden, die Sie schon vor dem 28. Juni 2025 rechtmäßig dafür eingesetzt haben (§ 38 Abs. 1 BFSG).
bis 27. Juni 2030	Verträge über Dienstleistungen, die vor dem 28. Juni 2025 geschlossen wurden, laufen unverändert bis zu ihrem Ende weiter, längstens bis zu diesem Tag (§ 38 Abs. 1 BFSG).
höchstens 15 Jahre	Selbstbedienungsterminals, die vor dem 28. Juni 2025 im Einsatz waren, bis zum Ende ihrer wirtschaftlichen Nutzungsdauer ab Ingebrauchnahme (§ 38 Abs. 2 BFSG).

Inhalte, die nicht barrierefrei sein müssen

Für einige Inhalte von Websites und Apps gilt das Gesetz nicht (§ 1 Abs. 4 BFSG):

- aufgezeichnete Videos und Tonaufnahmen, die vor dem 28. Juni 2025 veröffentlicht wurden
- Dateien aus Büroprogrammen, etwa PDF- oder Word-Dokumente, die vor dem 28. Juni 2025 veröffentlicht wurden
- Online-Karten, wenn die für die Navigation wesentlichen Informationen barrierefrei in digitaler Form bereitstehen
- Inhalte Dritter, die Sie weder finanzieren noch entwickeln noch kontrollieren
- Archive, deren Inhalte seit dem 28. Juni 2025 weder aktualisiert noch überarbeitet werden

Ein Buchungs- oder Zahlungsmodul, das Sie einbinden und bezahlen, gilt in der Regel nicht als Inhalt Dritter im Sinne dieser Ausnahme, denn Sie finanzieren es.

3 Was technisch verlangt wird

Barrierefrei ist ein Angebot, wenn Menschen mit Behinderungen es in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe finden, erreichen und nutzen können (§ 3 Abs. 1 BFSG). Die Einzelheiten regelt die Verordnung zum BFSG (BFSGV):

- Websites und Apps müssen wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust gestaltet sein (§ 12 Nr. 3 BFSGV). Zu beachten ist der Stand der Technik (§ 3 BFSGV).
- In Shops und Buchungen gilt das ausdrücklich auch für Anmeldung, Identifizierung, Sicherheits- und Zahlungsfunktionen. Informationen zur Barrierefreiheit der angebotenen Produkte, die der Hersteller liefert, geben Sie an Ihre Kunden weiter (§ 19 BFSGV).
- Haben Sie eine Hotline, einen Kundendienst oder technischen Support, geben diese Auskunft zur Barrierefreiheit Ihres Angebots, und zwar über barrierefreie Kommunikationswege (§ 12 Nr. 4 BFSGV).
- Auch Dokumente, die Ihre Website zum Herunterladen anbietet, gehören nach Einschätzung der Bundesfachstelle dazu.

Welche Norm gilt?

Als maßgebliche Orientierung nennt die Bundesfachstelle Barrierefreiheit die europäische Norm EN 301 549 in der Fassung V3.2.1. Ihre Anforderungen an Websites stehen in Abschnitt 9 und verweisen auf die Erfolgskriterien der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 in den Stufen A und AA.

Nach § 4 BFSG wird vermutet, dass ein Angebot die Anforderungen erfüllt, wenn es einer harmonisierten Norm entspricht, die im Amtsblatt der EU bekannt gemacht ist. Für das BFSG ist das nach Auskunft der Bundesfachstelle im November 2026 noch nicht geschehen; die Norm wird dafür überarbeitet und soll dann auf die WCAG 2.2 verweisen. Bis dahin richten Sie sich nach EN 301 549 und WCAG.

4 Informationen zur Barrierefreiheit

Wer eine betroffene Dienstleistung anbietet, beschreibt, wie sie die Anforderungen erfüllt, und macht diese Informationen für alle in barrierefreier Form zugänglich, solange er die Dienstleistung anbietet (§ 14 Abs. 1 Nr. 2 und Abs. 2 BFSG). Mindestens enthalten sein müssen (Anlage 3 BFSG):

- eine allgemeine Beschreibung der Dienstleistung in einem barrierefreien Format
- Erläuterungen, die zum Verständnis der Durchführung nötig sind
- eine Beschreibung, wie die Dienstleistung die Anforderungen der BFSGV erfüllt
- die zuständige Marktüberwachungsbehörde, also die Marktüberwachungsstelle der Länder für die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen (MLBF)

Die Angaben gehören in Ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder an eine andere deutlich wahrnehmbare Stelle (Anlage 3 BFSG). Die Bundesfachstelle empfiehlt einen Link „Barrierefreiheit“ im Kopf oder Fuß der Website. Fehlen die Angaben oder sind sie unvollständig, ist das eine formale Nichtkonformität; auch dafür setzt die Behörde eine Frist zur Korrektur (§ 30 BFSG).

Nicht zu verwechseln ist das mit der „Erklärung zur Barrierefreiheit“, die öffentliche Stellen veröffentlichen und in der sie auch nennen, was noch nicht barrierefrei ist. Eine Liste von Mängeln verlangt das BFSG nicht, denn die Dienstleistung muss grundsätzlich vollständig barrierefrei sein (Bundesfachstelle, MLBF).

5 Aufsicht, Pflichten bei Mängeln und Bußgelder

Zuständig ist für ganz Deutschland die MLBF in Magdeburg, eine gemeinsame Behörde der Länder, die seit dem 26. September 2025 arbeitet. Sie prüft Dienstleistungen bei Verdacht und ohne Anlass in Stichproben (§ 28 Abs. 1 und 2 BFSG). Dabei geht sie alle Schritte eines Ablaufs so durch, wie ein üblicher Nutzer sie geht, mit Formularen, Bestätigungen, Fehlermeldungen und den nötigen Dokumenten (Anlage 1 BFSG).

Verbraucher, die ein Angebot wegen fehlender Barrierefreiheit nicht oder nur eingeschränkt nutzen können, und anerkannte Verbände können bei der MLBF ein Verfahren gegen das Unternehmen beantragen (§ 32 BFSG) oder wenden sich an die Schlichtungsstelle nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (§ 34 BFSG). Stellt die MLBF Mängel fest, geht sie in drei Stufen vor (§ 29 BFSG):

1. Sie setzt eine angemessene Frist, die Mängel zu beheben.
2. Danach fordert sie erneut auf und droht die Untersagung an.
3. Zuletzt kann sie anordnen, das Angebot einzustellen.

Bußgelder

Ordnungswidrig handelt auch, wer nur fahrlässig gegen die Pflichten verstößt (§ 37 BFSG):

bis 100.000 €	wer eine Dienstleistung anbietet oder erbringt, die die Anforderungen nicht erfüllt oder zu der die Pflichtangaben fehlen (§ 37 Abs. 1 Nr. 8 und Abs. 2 BFSG)
bis 10.000 €	wer die Marktüberwachungsbehörde über einen Mangel nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig informiert (§ 37 Abs. 1 Nr. 2 BFSG)
bis 10.000 €	wer der Behörde Auskünfte zum Nachweis der Barrierefreiheit nicht, nicht richtig oder nicht rechtzeitig erteilt (§ 37 Abs. 1 Nr. 6 BFSG)

Ihre Pflichten, wenn Sie einen Mangel feststellen

Erfüllt Ihr Angebot die Anforderungen nicht, beheben Sie den Mangel und informieren unverzüglich die Marktüberwachungsbehörde, mit ausführlichen Angaben zur Art des Mangels und zu den Korrekturen (§ 14 Abs. 4 BFSG). Die Anforderungen müssen stets erfüllt sein, auch nach Änderungen an Ihrem Angebot (§ 14 Abs. 3 BFSG).

Ausnahmen bei unverhältnismäßiger Belastung

Würde die Barrierefreiheit Ihr Angebot grundlegend verändern oder Sie unverhältnismäßig belasten, gelten die Anforderungen nur, soweit das nicht der Fall ist (§§ 16 und 17 BFSG). Einen Antrag gibt es dafür nicht. Sie beurteilen das selbst, die Belastung nach den Kriterien der Anlage 4 BFSG: Kosten im Verhältnis zu Ihren Gesamtkosten, zum Nutzen für Menschen mit Behinderungen und zu Ihrem Umsatz. Die Beurteilung dokumentieren Sie, bewahren sie bis fünf Jahre nach der letzten Erbringung auf und unterrichten unverzüglich die Marktüberwachungsbehörde; die Beurteilung der Belastung wiederholen Sie mindestens alle fünf Jahre und bei jeder Änderung des Angebots. Wer zur Verbesserung der Barrierefreiheit öffentliche oder private Mittel von Dritten erhalten hat, kann sich nicht auf eine unverhältnismäßige Belastung berufen (§ 17 Abs. 4 BFSG).

6 Typische Mängel: sechs Prüfungen für Ihre Website

Diese Prüfungen machen Sie am eigenen Rechner, ohne etwas zu installieren. Gehen Sie dabei den Weg, den ein Kunde nimmt: Startseite, Angebot, Formular oder Warenkorb, Kasse, Bestätigung. Diesen Weg prüft auch die Marktüberwachung. Ein automatischer Test findet nur einen Teil der Mängel; ob sich Ihre Website mit einem Vorleseprogramm bedienen lässt, zeigt erst die Prüfung von Hand.

1 ☐ Alles lässt sich mit der Tastatur bedienen

Wer keine Maus nutzen kann, bedient die Website mit der Tastatur oder mit Hilfsmitteln, die wie eine Tastatur arbeiten.

So prüfen Sie es

- Legen Sie die Maus beiseite. Springen Sie mit der Tabulatortaste durch die Seite, mit Umschalt und Tabulator zurück.
- Öffnen Sie Menü, Formular und Warenkorb mit der Eingabetaste oder der Leertaste.
- Achten Sie darauf, ob Sie jederzeit sehen, wo Sie gerade sind.

Daran erkennen Sie einen Mangel

- Die Markierung des aktiven Elements ist unsichtbar.
- Cookie-Fenster, Chat oder Kalender lassen sich nicht mehr verlassen.
- Untermenüs öffnen sich nur mit der Maus.

WCAG 2.1, Erfolgskriterien 2.1.1, 2.1.2, 2.4.3 und 2.4.7

2 ☐ Text und Bedienelemente heben sich deutlich ab

Bei schwachem Kontrast verschwinden Text und Knöpfe für Menschen mit Sehschwäche, im Sonnenlicht am Handy auch für viele andere.

So prüfen Sie es

- Prüfen Sie hellgrauen Text, Text auf Fotos und farbige Knöpfe mit einem Kontrastrechner, den es kostenlos im Netz gibt.
- Normaler Text braucht ein Verhältnis von mindestens 4,5 zu 1, großer Text sowie Rahmen von Eingabefeldern und Knöpfen mindestens 3 zu 1.
- Wird etwas nur über Farbe gezeigt, etwa ein Fehler nur durch einen roten Rahmen?

Daran erkennen Sie einen Mangel

- Hellgrauer Text auf weißem Grund oder weiße Schrift auf hellem Foto
- Links, die sich nur durch die Farbe vom Text unterscheiden
- Eingabefelder, deren Rahmen man kaum sieht

WCAG 2.1, Erfolgskriterien 1.4.1, 1.4.3 und 1.4.11

3 ☐ Bilder haben eine passende Beschreibung

Ein Vorleseprogramm liest statt des Bildes den Alternativtext vor. Fehlt er, hört der Nutzer den Dateinamen oder nichts.

So prüfen Sie es

- Fragen Sie bei jedem Bild: Verpasst ein Kunde etwas, wenn er es nicht sieht? Dann sagt der Alternativtext genau das. Schmückende Bilder bekommen einen leeren Alternativtext.
- In WordPress und den meisten Shop-Systemen steht das Feld beim Bild in der Mediathek.
- Unser kostenloser **BFSG-Check** zählt, wie vielen Bildern Ihrer Startseite der Alternativtext fehlt.

Daran erkennen Sie einen Mangel

- Alternativtexte wie „IMG_2041.jpg“ oder „Bild“
- Preise, Angebote oder Öffnungszeiten stehen nur als Grafik da.
- Ein Knopf zeigt nur ein Symbol, etwa einen Warenkorb, ohne Text dahinter.

WCAG 2.1, Erfolgskriterien 1.1.1 und 1.4.5

4 ☐ Jedes Formularfeld ist beschriftet, Fehler werden erklärt

Kontaktformular, Anmeldung und Kasse sind die Stellen, an denen ein Kunde abbricht, wenn er nicht weiterkommt.

So prüfen Sie es

- Füllen Sie Formular, Anmeldung und Kasse aus und machen Sie absichtlich Fehler.
- Steht über jedem Feld eine sichtbare Beschriftung, die beim Tippen stehen bleibt?
- Nennt die Fehlermeldung das Feld und sagt, wie es richtig geht? Gibt es zum Bilderrätsel gegen Spam eine Alternative?
- Der BFSG-Check zeigt, ob die Felder Ihrer Startseite beschriftet sind.

Daran erkennen Sie einen Mangel

- Die Beschriftung steht nur grau im Feld und verschwindet beim Tippen.
- Pflichtfelder sind nur rot markiert, ohne Text.
- Nach einem Fehler sind alle Eingaben gelöscht.

WCAG 2.1, Erfolgskriterien 1.1.1 (Bilderrätsel), 1.3.1, 3.3.1 und 3.3.2; für Zahlung und Anmeldung § 19 BFSGV

5 ☐ Echte Überschriften gliedern jede Seite

Vorleseprogramme springen auf Tastendruck von Überschrift zu Überschrift. So finden ihre Nutzer, was sie suchen, ohne alles anzuhören.

So prüfen Sie es

- Hat jede Seite eine Hauptüberschrift, die ihr Thema nennt, und tragen die Abschnitte eigene Überschriften?
- Im Editor Ihres Systems sehen Sie am Format, ob eine Zeile als Überschrift 1, 2 oder 3 angelegt ist oder nur fett gesetzt.
- Der BFSG-Check prüft, ob Ihre Startseite eine Hauptüberschrift hat und ob Ebenen übersprungen werden.

Daran erkennen Sie einen Mangel

- Große, fette Zeilen stehen im Editor als normaler Absatz.
- Links heißen nur „hier“ oder „mehr“.

WCAG 2.1, Erfolgskriterien 1.3.1, 2.4.4 und 2.4.6

6 ☐ Die Seite lässt sich vergrößern, ohne dass etwas verloren geht

Viele Menschen mit Sehschwäche vergrößern die Darstellung im Browser oder am Handy.

So prüfen Sie es

- Vergrößern Sie die Seite im Browser mit **Strg** und **+** (am Mac **cmd** und **+**) auf 200 Prozent: Alles bleibt lesbar und bedienbar.
- Bei 400 Prozent steht die Seite wie am Handy in einer Spalte, ohne seitliches Scrollen.
- Am Handy lässt sich die Seite mit zwei Fingern vergrößern; der BFSG-Check zeigt, ob das gesperrt ist.

Daran erkennen Sie einen Mangel

- Text wird abgeschnitten oder überlagert anderen Text.
- Menü oder Kasse verschwinden beim Vergrößern.

WCAG 2.1, Erfolgskriterien 1.4.4 (200 Prozent) und 1.4.10 (320 CSS-Pixel Breite, bei 1.280 Pixeln Fensterbreite also 400 Prozent)

Hören Sie sich Ihre Website an

Ein Vorleseprogramm ist in die meisten Geräte eingebaut: VoiceOver auf dem Mac (einschalten mit **cmd** und **F5**) und dem iPhone (Einstellungen, Bedienungshilfen), TalkBack auf Android-Geräten (Einstellungen, Bedienungshilfen) und die Sprachausgabe unter Windows (**Windows**, **Strg** und **Eingabe**).

Lassen Sie sich Ihre Startseite vorlesen und springen Sie mit der Tabulatortaste durch Menü, Formular und Warenkorb. Sagt das Programm bei jedem Element, was es ist und was es tut, etwa „Schaltfläche, In den Warenkorb“? Diese Probe zeigt grobe Mängel; eine vollständige Prüfung nach WCAG ersetzt sie nicht.

7 Was zu tun ist, in sechs Schritten

1 Pflicht klären

Kann ein Privatkunde über Ihre Website oder App etwas bestellen oder buchen? Sind Sie ein Kleinstunternehmen? Halten Sie die Antwort mit den Zahlen der letzten zwei Geschäftsjahre fest; diese Nachweise verlangt die MLBF.

2 Bestand aufnehmen

Welche Seiten, Abläufe und Dokumente gehören dazu, welche fremden Dienste sind eingebunden, etwa Terminbuchung, Zahlungsanbieter, Cookie-Fenster oder Chat?

3 Prüfen

Machen Sie die sechs Prüfungen entlang des Kundenwegs und lassen Sie danach automatisch und von Hand mit einem Vorleseprogramm prüfen.

4 Mängel beheben und melden

Zuerst, was einen Abschluss verhindert: Kasse, Formular, Anmeldung, Zahlung. Über einen Mangel informieren Sie unverzüglich die MLBF (§ 14 Abs. 4 BFSG).

5 Informationen veröffentlichen

Die vier Pflichtangaben aus Abschnitt 4 auf einer eigenen Seite, verlinkt im Fuß jeder Seite. Ein Gerüst dafür steht unten.

6 Barrierefreiheit halten

Prüfen Sie nach jedem neuen Inhalt, jeder Erweiterung und jedem Umbau, und zeigen Sie allen, die Inhalte einstellen, wie man Bilder beschreibt und Überschriften setzt.

Gerüst für Ihre Seite „Barrierefreiheit“

Unser Angebot

Was Kunden über die Website kaufen oder buchen können, in einfachen Worten.

So läuft eine Bestellung ab

Die Schritte von der Auswahl bis zur Bestätigung, mit Anmeldung und Zahlung.

So erfüllen wir die Anforderungen

Welche Anforderungen gelten und wie Ihre Website sie erfüllt, etwa nach EN 301 549 und WCAG 2.1 in den Stufen A und AA.

Zuständige Marktüberwachungsbehörde

Marktüberwachungsstelle der Länder für die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen (MLBF AöR), Carl-Miller-Straße 6, 39112 Magdeburg, mlbf-barrierefrei.de

Stand: November 2026. Quellen: Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG), zuletzt geändert am 6. Mai 2024, und Verordnung zum BFSG (BFSGV), geändert am 10. Juli 2026, auf gesetze-im-internet.de; Richtlinie (EU) 2019/882; Bundesfachstelle Barrierefreiheit, FAQ zum BFSG und „Normen und Standards“; Marktüberwachungsstelle der Länder, „Informationen für Unternehmen“ und „Fragen und Antworten zum BFSG“; W3C, WCAG 2.1. Nachgelesen am 14.11.2026. Dieser Leitfaden ist keine Rechtsberatung; für die Prüfung Ihres Einzelfalls ist eine Anwaltskanzlei zuständig.

Kontakt

Unser kostenloser **BFSG-Check** prüft Ihre Startseite sofort und ohne Anmeldung, die Prüfung von Hand fordern Sie dort an. Wir schätzen ein, ob das BFSG für Sie gilt, prüfen Ihre Website und setzen um, was fehlt, meist am bestehenden Auftritt (**Barrierefreie Websites**). Rufen Sie an oder schreiben Sie uns: Matthias Kant oder Philipp Kant sagen Ihnen, was zuerst zu tun ist und was es kostet.

Deutsche Stadtmarketing Gesellschaft mbH
Sollbrüggenstraße 52
47800 Krefeld

+49 2151-986975-0
info@deutsche-stadtmarketing.de
deutsche-stadtmarketing.de

Matthias Kant
Geschäftsführer
Philipp Kant
Technischer Leiter