

UMSETZUNG DES
**BARRIEREFREIHEITS-
STÄRKUNGSGESETZES (BFSG)**
IN SOCIAL MEDIA



WORUM GEHTS?

Am 22. Juli 2021 hat das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) offiziell seinen Platz im Bundesgesetzblatt gefunden. Dahinter steckt die Umsetzung der EU-Richtlinie 2019/882, die den Weg für barrierefreie Produkte und Dienstleistungen ebnet.

Deadline 28. Juni 2025

Ab dann heißt es: Produkte, die auf den Markt kommen, und Dienstleistungen für Verbraucherinnen und Verbraucher müssen die neuen Barrierefreiheitsstandards erfüllen.

Für Social Media bedeutet das, dass Plattformen und ihre Nutzer und Nutzerinnen sicherstellen müssen, dass alle Inhalte, von Posts bis zu Stories, für Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen nutzbar sind – sei es durch Screenreader-Kompatibilität, Untertitel oder einfache Navigation.

Die Umsetzung des BFSG ist daher ein entscheidender Schritt, um digitale Barrieren abzubauen und Inklusion im Netz zu fördern. Da die Auswirkungen erheblich sein können, empfehlen wir, sich frühzeitig mit den Regelungen auseinanderzusetzen. So lassen sich mögliche Herausforderungen rechtzeitig angehen.

DEADLINE

28. Juni 2025

WAS PASSIERT, WENN ICH DER PFLICHT NICHT NACHKOMME?

Wenn die Marktüberwachungsbehörde feststellt, dass eine Online-Aktivität nicht barrierefrei ist, werden die Betreiber und Betreiberinnen aufgefordert, die Barrierefreiheit zu gewährleisten. Kommen sie dieser Aufforderung wiederholt nicht nach, kann ein Bußgeld von bis zu 100.000 Euro verhängt werden und der elektronische Geschäftsverkehr kann sofort eingestellt werden. Darüber hinaus haben auch Verbraucher und Verbraucherinnen sowie Verbände die Möglichkeit, eine Barrierefreiheit anzumahnen, falls die Anforderungen nicht erfüllt werden.

**BIS ZU
100.000 €
BUSSGELD**

HERAUSFORDERUNGEN DER BARRIEREFREIHEIT IN SOCIAL MEDIA

PLATTFORMSPEZIFISCHE EINSCHRÄNKUNGEN

Social Media Plattformen weisen zahlreiche Einschränkungen auf, die Barrierefreiheit erschweren. Oft sind wichtige Funktionen, wie Alternativtexte für Bilder oder Untertitel, unzureichend umgesetzt oder schwer zugänglich. Die Navigation ist für Menschen mit Seh- oder motorischen Einschränkungen häufig kompliziert, da Oberflächen und Bedienkonzepte nicht barrierefrei gestaltet sind. Auch Farbkontraste und Designs sind nicht immer inklusiv, was die Nutzung weiter erschwert. Zusätzlich sorgen regelmäßige Updates oft für Inkonstanz, sodass bestehende Barrierefreiheitsfunktionen plötzlich eingeschränkt sein können.



TYPISCHE BARRIEREN IN DER NUTZUNG

1. Textgestaltung _____ S. 5
2. Alternativtexte _____ S. 8
3. Links _____ S. 9
4. Bildgestaltung _____ S. 10
5. Farbkontraste _____ S. 11
6. Untertitel _____ S. 12
7. Audiodeskription _____ S. 14
8. Videogestaltung _____ S. 15

PRAKTISCHE UMSETZUNG: VERLÄSSLICHE BARRIEREFREIHEIT BRAUCHT FESTE STANDARDS

TEXTGESTALTUNG

Die Gestaltung von Texten in Social Media ist ein entscheidender Faktor für die Barrierefreiheit. Um sicherzustellen, dass Inhalte für alle Nutzer und Nutzerinnen zugänglich sind, sollten mehrere Aspekte

EINFACHE UND KLARE SPRACHE

Einfach formulierte Texte erleichtern das Verständnis, insbesondere für Menschen mit Lernschwierigkeiten oder für Nicht-Muttersprachler. Die Verwendung klarer, unmissverständlicher Formulierungen trägt dazu bei, Informationen effektiv zu vermitteln.

SCHRIFTLICHE SPRACHE

Großbuchstaben erschweren die Lesbarkeit und werden von Screenreadern oft als Akronyme und nicht als ganze Wörter gelesen. @-Erwähnungen bestenfalls am Ende eines Beitrags platzieren, um den Lesefluss nicht zu unterbrechen und eine klare Struktur für Screenreader-Nutzer und -Nutzerinnen zu gewährleisten.

KREATIVE TYPOGRAFIE

Kreative Textformatierungen können von Screenreadern nicht richtig erfasst werden, was die Zugänglichkeit beeinträchtigt. Klare, standardisierte Schriftarten ohne Serifen sorgen für bessere Lesbarkeit und Inklusion.

VISUELLE STRUKTURIERUNG

Texte sollten in gut strukturierte Absätze unterteilt und bei Bedarf durch Aufzählungen oder Listen ergänzt werden. Dies erhöht die Lesbarkeit und hilft auch Nutzern und Nutzerinnen, die auf Screenreader angewiesen sind, den Text besser zu erfassen.

LESBARKEIT VON HASHTAGS

Hashtags sollten so gestaltet werden, dass sie gut lesbar sind. Dies kann erreicht werden, indem einzelne Wörter durch Großbuchstaben hervorgehoben werden (z.B. #KochenMitFreunden).
Abkürzungen sollten vermieden oder klar ausgeschrieben werden. Auch Hashtags sollten am Ende eines Beitrags platziert werden.

EINSATZ VON EMOJIS

Emojis sollten sparsam und gezielt eingesetzt werden, um die Inhalte zu ergänzen, ohne Verwirrung zu stiften. Es ist ratsam, allgemein bekannte und einfach interpretierbare Emojis zu verwenden, da nicht alle von Screenreadern korrekt erfasst werden.

CHECKLISTE TEXTGESTALTUNG

- Kurze, prägnante Sätze verwenden
- Einfache und klare Sprache verwenden
- Text durch Absätze strukturieren, Aufzählungen nutzen
- Lange Textpassagen vermeiden
- Wichtige Informationen hervorheben (z. B. Datum, Ort)
- @-Erwähnungen am Ende eines Beitrags platzieren
- Hashtags klar und lesbar gestalten
- Emojis sparsam und eindeutig verwenden
- Kreative Typografie vermeiden

ALTERNATIVTEXTE

Alternativtexte (ALT-Texte) beschreiben den wesentlichen Inhalt eines Bildes in Textform und werden von Screenreadern vorgelesen. Für Personen ohne Screenreader bleiben diese Texte unsichtbar. Grundsätzlich gilt: Nur die nötigen Details beschreiben und den Text so knapp wie möglich halten.

CHECKLISTE ALTERNATIVTEXTE

- Knapp und informativ halten
- Wichtige Infos an den Anfang stellen
- Sachlich und ohne Wertung beschreiben
- Text auf dem Bild exakt wiedergeben
- Copyright-Hinweise gehören in die Bildunterschrift, nicht in den ALT-Text
- Bekannte Personen namentlich nennen
- Keine rein dekorativen Elemente beschreiben
- Wiederholungen im ALT-Text und in der Bildunterschrift vermeiden

LINKS

Barrierefreie Links sind entscheidend, um allen Nutzern und Nutzerinnen, einschließlich Menschen mit Sehbeeinträchtigungen, den Zugang zu Inhalten zu ermöglichen. Auf Social Media Plattformen müssen Links so gestaltet sein, dass sie für alle klar verständlich und nutzbar sind, besonders für Nutzer und Nutzerinnen von Screenreadern.

CHECKLISTE LINKS

- Links beschreiben klar, wohin sie führen
- Vermeidung von langen und komplexen URLs, die nicht auf den Inhalt schließen lassen
- URLs in einen Kontext oder in eine Beschreibung integrieren
- Verkürzte URLs sind erkennbar und verständlich

BILDGESTALTUNG

Die Gestaltung von Bildern in Social Media sollte sowohl ästhetisch ansprechend als auch zugänglich für alle Nutzer und Nutzerinnen sein. Besonders wichtig ist es, Text auf Bildern sparsam zu verwenden und darauf zu achten, dass dieser gut lesbar ist. Der Text sollte auf einem ruhigen Hintergrund mit ausreichendem Kontrast platziert werden, um die Lesbarkeit zu verbessern. Halbtransparente Boxen können dabei helfen, den Text hervorzuheben. Zudem ist es wichtig, dass Bilder nicht überladen wirken, sondern eine klare und übersichtliche Struktur aufweisen.

CHECKLISTE BILDGESTALTUNG

- Text im Bild sparsam einsetzen
- Text auf ruhigem, wenig ablenkendem Hintergrund platzieren
- Text mit (halbtransparenten) Boxen unterlegen
- Angemessene Schriftgröße und -länge wählen
- Serifenlose Schriftarten verwenden
- Bei textlastigen Bildern einen ruhigen Hintergrund wählen
- Kontraste gemäß den Vorgaben beachten (siehe Seite 10)
- Design nicht überladen, dekorative Elemente sparsam verwenden
- Bilder nicht in Collagen bündeln, sondern einzeln anordnen

FARBEN UND FARBKONTRASTE

Für eine barrierefreie Gestaltung in Social Media ist es wichtig, Farben mit ausreichendem Kontrast zu verwenden. Ein ausreichendes Kontrastverhältnis zwischen Text und Hintergrund sorgt dafür, dass Inhalte für alle Nutzer und Nutzerinnen, einschließlich Menschen mit Sehbeeinträchtigungen, gut lesbar sind. Besondere Vorsicht ist bei der Verwendung von Rot- und Grüntönen geboten, da diese von Menschen mit Farbsehschwächen schwer unterschieden werden können.

CHECKLISTE FARBEN UND FARBKONTRASTE

- Kontrastverhältnis von mindestens 4,5:1 (normaler Text) bzw. 3:1 (großer Text) verwenden
- Dunkle Umrisse für helle Farben einsetzen
- Hintergrundblöcke für Texte auf Bildern nutzen
- Rot- und Grüntöne zur Hervorhebung vermeiden
- Farben mit Symbolen oder visuellen Hinweisen ergänzen
- Text in Bildern vermeiden oder hohen Kontrast sicherstellen
- Colour Contrast Analyser zur Kontrastprüfung verwenden

FARBKONTRAST

FARBKONTRAST

AUDIOS UND VIDEOS

Audios und Videos gehören zu den beliebtesten Formaten auf Social Media, da sie informativ, unterhaltsam und emotional ansprechend sein können. Doch um sicherzustellen, dass wirklich alle Menschen – unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten – von diesen Medien profitieren können, ist es unerlässlich, sie inklusiv und barrierefrei zu gestalten.

UNTERTITEL (UT)

Untertitel sind ein entscheidender Bestandteil barrierefreier Inhalte auf Social Media. Sie ermöglichen es Menschen mit Hörbehinderungen, Videos vollständig zu verstehen und verbessern die Zugänglichkeit insgesamt. Um barrierefreie Untertitel zu erstellen, sind nicht nur die technischen Möglichkeiten der Plattformen, sondern auch die korrekte Nachbearbeitung und Gestaltung entscheidend.

CHECKLISTE UNTERTITEL (UT)

- Automatisch generierte Untertitel auf Fehler, fehlende Wörter und Missverständnisse überprüfen
- Sprecherzuweisungen und Hintergrundgeräusche korrekt wiedergeben
- Maximal zwei Zeilen pro Untertitel, zentriert am unteren Rand
- Serifenlose Schriftarten verwenden
- Schriftgröße groß genug wählen, um auf mobilen Geräten gut lesbar zu sein
- Ausreichend Zeilenabstand sicherstellen
- Hohen Farbkontrast zwischen Text und Hintergrund wählen
- Mindestens 1 Sekunde Standzeit pro Untertitelzeile
- Wichtige Geräusche und Musik beschreiben

AUDIODESKRIPTION (AD)

Audiodeskription (AD) macht visuelle Inhalte in Videos für Menschen mit Sehbeeinträchtigung zugänglich, indem sie wichtige visuelle Elemente mündlich beschreibt. Auf Social Media Plattformen gibt es keine Möglichkeit, AD-Spuren ein- oder auszuschalten, weshalb die Audiodeskription für alle hörbar ist. Ideal ist es, AD bereits bei der Videoerstellung zu integrieren, zum Beispiel im Voice-Over.

CHECKLISTE AUDIODESKRIPTION (AD)

- Szenen und relevante visuelle Details direkt im Video oder Voice-Over beschreiben
- Audiodeskription bereits während der Videoaufnahme oder -produktion einfügen
- Audiodeskription in die Tonpausen einfügen, ohne den Dialog oder wichtige Geräusche zu überlagern
- Leicht verständliche Sprache verwenden, möglichst ohne komplexe oder technische Begriffe
- Beschreibungen sollten klar und präzise sein, ohne unnötige Details oder Überflüssiges
- Falls relevant, auch Musik, Soundeffekte oder Hintergrundgeräusche beschreiben
- Audiodeskription auf verschiedenen Geräten und Plattformen testen

VIDEOGESTALTUNG

Die Hintergrundgestaltung in Videos spielt eine wichtige Rolle für die Zugänglichkeit und Verständlichkeit, insbesondere bei Inhalten, die gesprochen werden. Eine klare Trennung zwischen Sprache und Musik sowie eine gut geplante Raumgestaltung können den Zugang für alle Nutzer und Nutzerinnen verbessern.

CHECKLISTE VIDEOGESTALTUNG

- Keine Musik während des Sprechens einblenden
- Falls Musik verwendet wird, sollte sie leise sein und die Sprache nicht überlagern
- Sprecher und Sprecherinnen sollten der Kamera zugewandt und gut beleuchtet sein, damit Lippenbewegungen gut erkennbar sind
- Einen konstanten Tonpegel während des gesamten Videos sicherstellen
- Hallende oder störende Umgebungsgeräusche vermeiden
- Ablenkende Hintergrundbilder minimieren, um den Fokus auf den Sprecher und Sprecherinnen zu legen
- Flackernde oder schnelle Schnitte vermeiden
- Plötzliche Änderungen der Beleuchtung vermeiden
- Bei Stroboskop-Effekten oder blinkenden Lichtern eine Warnung und Pause vor dem Abspielen einfügen

FAZIT

DIE UMSETZUNG DES BARRIEREFREIHEITSSTÄRKUNGSGESETZES (BFSG)

bietet eine wichtige Gelegenheit, digitale Barrieren abzubauen und Inhalte für alle Nutzer und Nutzerinnen zugänglich zu machen. Trotz der Herausforderungen lässt sich Barrierefreiheit auf Social Media mit klaren Standards, praktischen Checklisten und dem richtigen Technikeinsatz effektiv umsetzen. Unternehmen und Content Creator sollten sich frühzeitig darauf vorbereiten, da eine Investition in Barrierefreiheit langfristig die Reichweite und Nutzerzufriedenheit steigert und rechtliche Risiken vermeidet. Regelmäßige Überprüfungen nach Plattform-Updates sind ebenfalls wichtig, um sicherzustellen, dass alle barrierefreien Funktionen weiterhin einwandfrei funktionieren.

SIE HABEN FRAGEN, DIE IHNEN DAS WHITEPAPER NICHT BEANTWORTEN KANN?

SIE BENÖTIGEN UNTERSTÜTZUNG BEI DER ERSTELLUNG BARRIEREFREIER SOCIAL MEDIA INHALTE?

SIE MÖCHTEN WISSEN, WIE SIE IHRE INHALTE GEMÄSS DEN BARRIEREFREIHEITSSTANDARDS GESTALTEN KÖNNEN?



Nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf – wir unterstützen Sie bei der Aufbereitung Ihrer Social Media Inhalte, damit sie den Barrierefreiheitsstandards entsprechen und für alle Nutzer und Nutzerinnen zugänglich sind.



DÖRTE HAMANN

Vertriebsleitung

+49 (0)173 5749867

hamann@somengo.com



ANDRÉ SCHMIDT

Gründer & Geschäftsführer

+49 (0)3641 8159023

schmidt@somengo.com