

Pressemitteilung

Studie zur digitalen Barrierefreiheit: Status und Trends **38 % steigerten ihren Umsatz mit der Implementierung** **eines inklusiven Webdesigns**

München, 13. September 2024 – Die digitale Barrierefreiheit gewinnt sowohl gesellschaftlich als auch wirtschaftlich an Bedeutung. Die Software-Bewertungsplattform Capterra untersuchte, wie Unternehmen die digitale Barrierefreiheit auf ihren Webseiten bereits umsetzen und auf welche Herausforderungen sie dabei stoßen.

Im Rahmen der Studie wurden 2.748 Mitarbeiter aus 12 Ländern* aus den Bereichen E-Commerce, Marketing, Website-Design/UX, IT, Support/Vertrieb und Kundendienst befragt. Als Teil der Datenerhebung gaben 250 Studienteilnehmer aus Deutschland zu ihren Erfahrungen mit der Gestaltung und Nutzung digitaler Arbeitsumgebungen Auskunft.

Highlights der Studie:

- 74 % glauben, dass ihr Unternehmen bereits Kunden verloren hat aufgrund fehlender barrierefreier Funktionen auf ihrer Website.
- 56 % sind nicht auf das Inkrafttreten des European Accessibility Act (EAA) im Juni 2025 vorbereitet.
- 54 % nutzen KI-gesteuerte Funktionen als Maßnahme der Barrierefreiheit, z.B. für Sprachassistenten oder automatische Untertitel.

Barrierefreie Webseiten erlauben Menschen mit Behinderungen oder Einschränkungen den fairen Zugang zu Informationen und Produkten. Dazu müssen beispielsweise eine klare und einfache Navigation, die vollständig über die Tastatur laufen kann sowie ausreichend Kontrast und alternative Textbeschreibungen für Bilder gewährleistet sein.

56 % sind nicht auf den European Accessibility Act (EAA) vorbereitet

Unternehmen sollten sich auf die demnächst verpflichtenden gesetzlichen Regelungen vorbereiten wie den Europäischen Accessibility Act (EAA) bzw. das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG, ab Juni 2025 verbindlich), das die EU-Richtlinie in nationales Recht umsetzt.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen (56 %) sind allerdings nicht auf den European Accessibility Act (EAA) vorbereitet oder haben Pläne dafür noch nicht umgesetzt. 14 % haben keine Pläne zur Umsetzung eines inklusiven Webdesigns. Andererseits haben 36 % bereits dafür gesorgt, dass sie 2025 konform sein werden.

Dennoch schneidet Deutschland im Ländervergleich beim Thema der digitalen Barrierefreiheit gut ab. 80 % der Studienteilnehmer aus Deutschland geben an, dass die Umsetzung der Barrierefreiheit hohe bis sehr hohe Priorität in ihrem Unternehmen hat. 79 % geben an, dafür relevante Funktionen auf ihrer Webseite anzubieten. Der internationale Durchschnitt liegt bei 73 %.

Deutsche Unternehmen sind sich der Wichtigkeit des inklusiven Webdesigns bewusst

74 % glauben, dass ihr Unternehmen bereits Kunden verloren hat, weil barrierefreie Funktionen auf ihrer Webseite gefehlt haben. Gut ein Drittel davon spricht sogar von einer großen Kundenanzahl.

Neben dem Ziel, allen Menschen die gleichen Chancen und Möglichkeiten zu bieten, kann ein inklusives Website-Design außerdem die Performance der Seite verbessern und damit den Kundenstamm erweitern.

So erlebten 53 % der Befragten eine stärkere Kundenbindung nach der Implementierung barrierefreier Funktionen. 39 % sprechen von einer besseren Zielgruppen-Reichweite/SEO-Performance und verbesserter Performance in den sozialen Medien. 38 % bestätigten sogar einen höheren Umsatz oder eine bessere Konvertierungsrate.

Barrierefreie Webseiten erzielen insgesamt eine bessere Nutzererfahrung und ranken daher besser auf Suchmaschinen wie Google. Auch teilen zufriedene Kunden gerne positiven Erfahrungen in sozialen Medien bzw. es sind weniger negative Rückmeldungen und Nutzerbeschwerden zu verzeichnen.

Welche Funktionen der Barrierefreiheit bereits umgesetzt werden

Auf die Frage, welche Funktionen der Barrierefreiheit auf deutschen Webseiten oder Apps implementiert wurden, nannten die Teilnehmer insbesondere:

- Änderung der Textgröße, Zoom oder Text hervorheben (50 %)
- Videountertitel und Transkripte (49 %)
- Text-to-Speech-Funktionen (42 %)
- Tastaturnavigation (40 %)
- Beschreibende Links (40 %)
- Kompatibilität mit Bildschirmlesegeräten (40 %)
- Anpassung von Farbe und Sättigung (39 %)
- Entfernung von blinkenden Elementen (32 %)
- Alt-Text für Bilder (32 %).

Dabei nutzen 54 % der Unternehmen KI-gesteuerte Lösungen, beispielsweise für Sprachassistenten oder automatische Untertitel.

Die Komplexität von IT oder Software ist die größte Herausforderung bei der Umsetzung

Trotzdem begegnen Unternehmen einigen Herausforderungen bei der Implementierung von Maßnahmen der Barrierefreiheit. So wird am häufigsten die Komplexität von IT oder Software (46 %) genannt, gefolgt vom mangelnden Bewusstsein über Anforderungen/Bedürfnisse bei der digitalen Barrierefreiheit (38 %). An dritter Stelle stehen Schwierigkeiten, den Mehrwert von digitalen Barrierefreiheitsmaßnahmen aufzuzeigen (36 %).

Eine komplexe Aufgabe, die sich jedoch lohnt

Den gesetzlichen Regelungen der digitalen Barrierefreiheit gerecht zu werden ist eine komplexe Aufgabe für Unternehmen, die technische, organisatorische und kulturelle Herausforderungen birgt. Nicht nur langfristige Strategien und Schulungen, sondern auch eine Sensibilisierung und klare Kommunikation der Vorteile der Barrierefreiheit sind dazu unerlässlich.

„Webseiten, die Funktionen der Barrierefreiheit umsetzen, gewinnen dadurch nicht nur an neuen Kunden mit Behinderungen oder Einschränkungen, sondern können insgesamt ihren Kundenstamm vergrößern, indem sie die Kundenzufriedenheit, ihr Markenimage und ihre SEO- und Social-Media-Performance verbessern“, kommentiert **Ines Bahr, Senior Content Analystin für Capterra Deutschland**.

Weitere Information finden Sie unter capterra.com.de

Methodik

Die Umfrage zur digitalen Barrierefreiheit von Capterra wurde im Juli 2024 unter 2.748 Befragten in den USA (n=250), Kanada (n=250), Brasilien (n=250), Mexiko (n=250), Großbritannien (n=250), Frankreich (n=248), Italien (n=250), Deutschland (n=250), Spanien (n=250), Australien (n=250) und Japan (n=250) durchgeführt. Ziel der Studie war es, die Bemühungen der Unternehmen um digitale Barrierefreiheit zu verstehen. Die Befragten wurden daraufhin überprüft, ob sie in Vollzeit oder Teilzeit in den Bereichen E-Commerce, Website-Design oder UX, IT, Marketing, Kundendienst und Support oder Vertrieb tätig sind. Zu den Befragten gehörten auch Geschäftsinhaber oder Führungskräfte. Alle Befragten müssen angeben, dass sie eine Unternehmenswebsite haben.

Über Capterra

Capterra ist die erste Adresse, um die richtige Unternehmenssoftware zu finden. Die Plattform umfasst mehr als 95.000 Lösungen aus 900 Softwarekategorien und bietet über 1,8 Millionen verifizierte Nutzerbewertungen.

Pressekontakt

Ina Schumann, GDMDDeutschlandMarketing@Gartner.com