

Das BFSG-Paradoxon

Warum Ihre größte Pflicht Ihr größter Gewinn wird



Über den Autor

Harald de Vries gehört zu den wenigen Menschen, die verstanden haben, dass Innovation nicht nur Technologie, sondern vor allem mutige Entscheidungen und visionäre Ideen braucht. Als Gründer und CEO einer etablierten Unternehmensberatung hat er in den letzten zwei Jahrzehnten zahlreiche KMU begleitet und ihnen geholfen, jene verborgenen Chancen zu entdecken, die andere übersehen.

De Vries glaubt, dass der Mittelstand die wahre Innovationskraft unserer Wirtschaft ist – vorausgesetzt, Unternehmer hören auf, Technologien nur skeptisch von der Seitenlinie zu betrachten, und fangen an, aktiv die Zukunft mitzugestalten. Gerade deshalb fasziniert ihn Künstliche Intelligenz: Nicht als modische Hype-Technologie, sondern als mächtiges Werkzeug, mit dem kleine Unternehmen große Hebel in Bewegung setzen können. Sein Ansatz ist präzise, klar und gelegentlich provokant: „Technologie ist entweder Ihr größter Wettbewerbsvorteil oder Ihr sicherster Weg, irrelevant zu werden.“

Harald de Vries versteht sich dabei nicht als Tech-Prediger, sondern als Vermittler zwischen abstrakter Theorie und alltäglicher Praxis. Er spricht eine Sprache, die Unternehmer verstehen, auch wenn sie manchmal unbequem ist – eine Sprache, die Klarheit schafft und konkrete Handlungsoptionen bietet.

Neben seiner Beratungs- und Autorentätigkeit tritt de Vries regelmäßig als Redner auf, wobei seine Vorträge nicht nur informieren, sondern auch wachrütteln: „Digitalisierung ist keine Frage von Software-Updates, sondern eine Frage von Führungsstärke und Unternehmenskultur.“

Privat pendelt Harald de Vries zwischen Deutschland und Großbritannien und schätzt die Kombination aus britischer Skepsis und deutscher Gründlichkeit – eine Mischung, die auch seine Arbeit prägt. In Momenten, in denen er nicht arbeitet, reflektiert er bei Spaziergängen in der Natur über die Zukunft – und darüber, warum die wirklich revolutionären Ideen meist genau dort entstehen, wo sie niemand vermutet.

© Copyright 2025

Alle Rechte vorbehalten.

Harald de Vries

VR-Publishing House Ltd

27 Old Gloucester Street

London, UK

WC1N 3AX

Telefon: +44 845 891 0231

Autor: Harald de Vries

Lektorat: Mary Vaughan

Redaktion: Torsten Windmill

Korrektor: Christin Kirsch

Covergestaltung: VR-Cover - London

Covermotiv: © NUN3H

Alle Cartoons: © NUN3H

1. Auflage Juli 2025

Copyright Hinweis

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Autors nicht zulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Haftungsausschluss

Dieses Buch wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Dennoch übernimmt der Autor keinerlei Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den Autor, die sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, welche durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens des Autors kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Die im Buch beschriebenen Technologien, Vorgehensweisen und Empfehlungen stellen keine verbindliche Beratung oder rechtliche Auskunft dar. Leserinnen und Leser werden ausdrücklich dazu aufgefordert, vor Umsetzung der beschriebenen Maßnahmen gegebenenfalls fachlichen Rat einzuholen und eigenverantwortlich zu handeln.

Die Verwendung der im Buch genannten Marken- und Produktnamen dient ausschließlich der Veranschaulichung und stellt keine Markenrechtsverletzung dar. Alle genannten Marken- und Warenzeichen gehören ihren jeweiligen Eigentümern.

Teil 1

Barrierefreiheit ist der unerkannte strategische Hebel für Innovation und Marktvorsprung im 21. Jahrhundert

Inhaltsverzeichnis

Prolog: Die ungesehene Revolution

Kapitel 1: Das BFSG – Ein Trojanisches Pferd für die digitale Wirtschaft?

- Historie, Hintergründe und Zielsetzung: Warum digitale Barrierefreiheit jetzt Pflicht ist
- Die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Paradigmenverschiebung durch das BFSG
- Compliance oder Game Changer? Das Missverständnis vom reinen Erfüllen einer Pflicht

Kapitel 2: Wer ist wirklich betroffen? Die Wahrheit hinter den Ausnahmen

- Präzise Analyse der betroffenen Akteure: Hersteller, Händler, Dienstleister im B2C-Bereich
- Die vermeintlichen Ausnahmen: Kleinstunternehmen und die Tücke des Produktvertriebs
- Startups, Mittelstand, Konzerne: Strategische Implikationen für jede Unternehmensgröße
- B2B-Bereich: Die Illusion der Nische und die reale Reichweite des Gesetzes
- Interaktion statt reiner Information: Warum fast jede Webseite betroffen ist

Kapitel 3: Barrierefreiheit: Vom Kostenfaktor zum Innovationsmotor

- Risiken der Ignoranz: Sanktionen, Reputationsverlust und verpasste Chancen
- Neue Märkte erschließen: Wie Barrierefreiheit den Zugang zu einer Milliarden-Zielgruppe öffnet
- Innovationskatalysator: Von inklusiven Designs zu disruptiven Produktentwicklungen
- Wettbewerbsvorteil durch Vorreiterrolle: Positionierung in einem sich wandelnden Markt

Kapitel 4: Die beste Lösung ist nicht die aufwendigste: Widgets als Game Changer

- Vorstellung und Bewertung von Widget-Lösungen für digitale Barrierefreiheit: Was sie leisten und wo ihre Grenzen sind
- Warum das Barrierefreiheitswidget von KMU.NETWORK die smarte, skalierbare und kosteneffiziente Lösung ist
- Vergleich: Widgets versus Eigenentwicklungen und andere Tools – Kosten, Implementierungsaufwand, rechtliche Sicherheit
- Die „No-Brainer“-Entscheidung für KMU und Mittelstand

Kapitel 5: Die barrierefreie Zukunft: Handeln statt Zögern

- Schritt-für-Schritt-Plan zur BFSG-Konformität: Pragmatisch, schnell, kostengünstig
- Vision einer inklusiven Wirtschaft: Wenn Barrierefreiheit zum Standard wird
- Die Rolle agiler, technologiegetriebener Lösungen wie dem KMU.NETWORK-Widget
- Ein letzter Appell: Nehmen Sie die Zukunft in die Hand

Teil 2

Die Revolution der Barrierefreiheit

Kapitel 1: Fallstudien als "Heldenreisen": Von der Pflicht zum Profit

- "Fashion for All" – Wie ein kleiner Online-Shop den Markt revolutionierte
- "Service mit Herz" – Wie ein Dienstleister das Neuland eroberte
- "Innovate Inclusive" – Wie eine Software-Schmiede Vorreiter wurde

Kapitel 2: Der "Schwarzbuch"-Teil: Die Kosten der Ignoranz

- Der Preis des Prokrastinierens: Mehr als nur ein Bußgeld
- Die Abmahnung: Der erste Stich ins Portemonnaie
- Der Prozess: Wenn es richtig teuer wird
- Der Imageverlust: Die unbezahlbare Katastrophe
- Die Panik-Umstellung: Wenn der Druck ins Unermessliche steigt
- Die Vergleichsrechnung: Warum Nichtstun Sie arm macht

Kapitel 3: "Beyond Compliance": Barrierefreiheit als Design-Prinzip der Zukunft

- Das Prinzip des universellen Designs: Von der Nische zur Norm
- Barrierefreiheit als Katalysator für wahre Innovation
- Die Rolle von KI und adaptiven Technologien – der nächste Schritt

Kapitel 4: Das "Investor Pitch"-Kapitel: Überzeugen Sie Ihre Stakeholder

- Der Pitch: Warum Barrierefreiheit jetzt unsere TOP-Priorität ist
- Das Problem: Die tickende Zeitbombe und der unsichtbare Verlust
- Die Lösung: Nicht Pflicht, sondern Profit durch Inklusion
- Das Marktpotenzial: Die Milliarden-Zielgruppe, die Sie übersehen haben
- Der Wettbewerbsvorteil: Seien Sie der Erste, der gewinnt
- Der ROI: Eine Investition, die sich vielfach auszahlt

Kapitel 5: Interaktiver Check: "Ihr Barrierefreiheits-Score"

- Ihr Barrierefreiheits-Quick-Check
- Ihr Barrierefreiheits-Score
- Ihre Nächsten Schritte: Nicht warten, sondern starten!

Prolog: Die ungesehene Revolution

Wir leben in einer Ära der disruptiven Kräfte. Künstliche Intelligenz, Blockchain, das Internet der Dinge – all das sind Schlagworte, die die Aufmerksamkeit von Unternehmern und Investoren fesseln. Doch während alle Augen auf die glänzenden neuen Technologien gerichtet sind, entfaltet sich im Schatten eine stille Revolution, die das Potenzial hat, die digitale Wirtschaft ebenso fundamental umzukrempeln: **Barrierefreiheit**.

Für viele klingt das nach einem bürokratischen Ärgernis, einer weiteren Last, die der Staat den Unternehmen aufbürdet. Eine lästige Pflicht, die man mit dem geringstmöglichen Aufwand abhaken möchte. Wer so denkt, hat bereits verloren. Er ist gefangen in der Vergangenheit, blind für die gewaltigen Chancen, die sich hier auftun. Das **Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)**, das am 28. Juni 2025 endgültig in Kraft tritt, ist kein bürokratisches Relikt, sondern ein Katalysator. Es ist ein Momentum, wenn man so will: Eine scheinbar unscheinbare Regulierung, die die Karten neu mischt und den Grundstein für eine Monopolstellung in einem neuen Markt legen kann – wenn man sie richtig versteht.

Dieses Buch ist kein Leitfaden für bloße Compliance. Es ist ein Manifest. Eine provokante These, die besagt: **Barrierefreiheit ist der unerkannte strategische Hebel für Innovation und Marktvorsprung im 21. Jahrhundert**. Wir werden aufzeigen, warum das BFSG weit über das bloße Erfüllen einer gesetzlichen Vorgabe hinausgeht. Wir werden entlarven, wer wirklich betroffen ist – und warum die vermeintlichen Ausnahmen nur eine Illusion sind. Und wir werden Ihnen eine praxistaugliche, kosteneffiziente Lösung vorstellen, die Ihnen hilft, nicht nur die Anforderungen zu erfüllen, sondern sich als Vorreiter in einer neuen, inklusiven digitalen Welt zu positionieren.

Vergessen Sie alles, was Sie über Barrierefreiheit zu wissen glauben. Machen Sie sich bereit, Ihr Denken radikal neu zu ordnen. Denn wer jetzt nicht handelt, verliert. Wer versteht, dass Barrierefreiheit mehr ist als Compliance, gewinnt. Dieses Buch zeigt, wie Sie auf die Gewinnerseite kommen.



Kapitel 1: Das BFSG – Ein Trojanisches Pferd für die digitale Wirtschaft?

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) ist für viele deutsche Unternehmen noch ein Mysterium, eine ferne Bedrohung, die am Horizont dämmert. Doch die Uhr tickt. Seit dem **28. Juni 2025** ist das Gesetz endgültig in Kraft und wird die Art und Weise, wie digitale Produkte und Dienstleistungen in Deutschland konzipiert, entwickelt und vertrieben werden, grundlegend verändern. Wer das BFSG lediglich als weitere bürokratische Hürde abtut, verkennt seine wahre Natur. Es ist kein Hindernis, sondern ein Trojanisches Pferd, das eine ungesehene Revolution in die digitale Wirtschaft trägt.

Historie, Hintergründe und Zielsetzung: Warum digitale Barrierefreiheit jetzt Pflicht ist

Die Wurzeln des BFSG reichen tiefer als manch einer vermuten mag. Es ist die nationale Umsetzung der **EU-Richtlinie 2019/882 über die Barrierefreiheitsanforderungen für Produkte und Dienstleistungen**, besser bekannt als **European Accessibility Act (EAA)**. Diese Richtlinie ist das Ergebnis jahrelanger Bemühungen auf europäischer Ebene, die digitale und physische Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen zu stärken.

Warum jetzt? Die Antwort liegt in einem fundamentalen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel:

- **Demografischer Wandel:** Die Bevölkerung wird älter. Mit dem Alter nehmen häufig körperliche Einschränkungen zu. Menschen im Rentenalter sind heute oft digital versiert und nutzen das Internet intensiv. Eine barrierefreie digitale Infrastruktur ist daher nicht nur eine Frage der Gerechtigkeit, sondern eine wirtschaftliche Notwendigkeit, um diese wachsende Zielgruppe zu erreichen.
- **Inklusion und Menschenrechte:** Über 1,3 Milliarden Menschen weltweit leben mit einer Form von Behinderung. In Deutschland sind es rund 10 Millionen Menschen mit einer amtlich anerkannten Behinderung. Das sind potenzielle Kunden, Konsumenten und Arbeitskräfte, die bisher oft von digitalen Angeboten ausgeschlossen waren. Das BFSG ist ein klares Bekenntnis zu den UN-Behindertenrechtskonventionen, die Deutschland ratifiziert hat, und erkennt das Recht auf gleichberechtigten Zugang an.
- **Die digitale Kluft:** Während die Digitalisierung alle Lebensbereiche durchdringt, vertieft sich für Menschen mit Behinderungen oft die digitale Kluft. Online-Banking, Shopping, Behördengänge, Informationsbeschaffung – all das ist nur dann wirklich inklusiv, wenn es barrierefrei gestaltet ist. Das BFSG zielt darauf ab, diese Kluft zu schließen und allen Menschen eine gleichberechtigte Teilhabe am digitalen Leben zu ermöglichen.
- **Wirtschaftliche Potenziale:** Die bisher von digitalen Angeboten ausgeschlossene Gruppe stellt eine enorme, unerschlossene Kaufkraft dar. Unternehmen, die diesen Markt erschließen, sichern sich nicht nur einen Wettbewerbsvorteil, sondern auch die Loyalität einer oft vernachlässigten, aber kaufkräftigen Zielgruppe.

Das BFSG verschiebt damit nicht nur gesellschaftliche, sondern auch wirtschaftliche Paradigmen. Es geht nicht mehr darum, ob man Barrierefreiheit umsetzt, sondern wie man sie als strategischen Vorteil nutzt.

Compliance oder Game Changer? Das Missverständnis vom reinen Erfüllen einer Pflicht

Viele Unternehmen sehen das BFSG als reine **Compliance-Aufgabe**. Eine Checkliste, die abgearbeitet werden muss, um Strafen zu vermeiden. Diese Denkweise ist nicht nur kurzfristig, sondern auch gefährlich. Sie führt zu Minimalismus, zu Lösungen, die gerade so die gesetzlichen Anforderungen erfüllen, aber keine echten Mehrwerte schaffen.

Mancher würde an dieser Stelle fragen: „Was ist die eine Wahrheit, der nur sehr wenige Menschen zustimmen?“ Im Kontext des BFSG lautet diese Wahrheit: **Barrierefreiheit ist keine Pflicht, sondern eine Chance, Ihr Geschäftsmodell radikal zu transformieren und sich von der Konkurrenz abzuheben.**

Wer das BFSG nur als Compliance begreift, verpasst:

- **Neue Marktsegmente:** Eine unerschlossene Zielgruppe von Millionen potenziellen Kunden.
- **Innovationspotenziale:** Die Notwendigkeit, Produkte und Dienstleistungen neu zu denken, führt oft zu besseren Lösungen für alle Nutzer.
- **Markenreputation:** Barrierefreiheit wird zunehmend zu einem wichtigen Kriterium für Konsumenten bei der Wahl von Produkten und Dienstleistungen.
- **Talentgewinnung:** Ein inklusives Unternehmen ist attraktiver für Fachkräfte.

Das BFSG ist kein Gesetz, das man umgeht oder minimal erfüllt. Es ist ein Gesetz, das man **annimmt und als Treibstoff für Wachstum** nutzt. Es zwingt Unternehmen dazu, ihre Produkte und Dienstleistungen aus einer neuen Perspektive zu betrachten – der Perspektive von Menschen mit vielfältigen Bedürfnissen. Und genau diese Perspektivverschiebung ist der Schlüssel zu echter Innovation.



Kapitel 2: Wer ist wirklich betroffen? Die Wahrheit hinter den Ausnahmen

Das BFSG ist ein Damoklesschwert, das über der deutschen Digitalwirtschaft schwebt. Doch viele Unternehmen wiegen sich in falscher Sicherheit, indem sie auf vermeintliche Ausnahmen pochen. Eine präzise Analyse der gesetzlichen Bestimmungen zeigt jedoch: **Die Zahl der wirklich nicht betroffenen Akteure ist verschwindend gering. Im Grunde sind bis auf ganz wenige Ausnahmen fast alle digitalen Angebote betroffen.** Wer das nicht erkennt, riskiert nicht nur hohe Strafen, sondern verpasst auch entscheidende Marktchancen.

Präzise Analyse der betroffenen Akteure: Hersteller, Händler, Dienstleister im B2C-Bereich

Das BFSG listet explizit auf, welche Produkte und Dienstleistungen betroffen sind. Die Liste ist umfassender, als viele annehmen:

- **Produkte:**
 - Computersoftware und Betriebssysteme
 - Telekommunikationsendgeräte (Smartphones, Tablets etc.)

- Geräte der Unterhaltungselektronik (Fernseher, Streaming-Geräte etc.)
- Selbstbedienungsterminals (Geldautomaten, Ticketautomaten, Check-in-Automaten etc.)
- Verbraucherendgeräte für elektronische Kommunikationsdienste
- Produkte, die für elektronische Kommunikationsdienste verwendet werden (z.B. Router)
- **Dienstleistungen:**
 - **Elektronische Kommunikationsdienste:** Dazu gehören nicht nur Telefonie und SMS, sondern auch Messenger-Dienste, E-Mail-Dienste, Videokonferenzdienste und alle Formen der Online-Kommunikation.
 - **Personenbeförderungsdienste:** Webseiten und Apps von Fluggesellschaften, Bahnunternehmen, Busbetreibern und Fährunternehmen. Dies umfasst nicht nur Buchungsportale, sondern auch Informationsdienste, Fahrplanauskünfte und Ticketing.
 - **Bankdienstleistungen:** Online-Banking, mobile Banking-Apps, die Webseiten von Banken und Sparkassen.
 - **E-Books:** Digitale Bücher und die dafür notwendige Software und Lesegeräte.
 - **E-Commerce-Dienste:** Online-Shops, Marktplätze und alle Plattformen, die den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen über das Internet ermöglichen.
 - **Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten:** Mediatheken, Streaming-Dienste und Online-Videoportale.

Die Krux liegt in der Definition von "Interaktion". Sobald ein Website-Besucher mit der Seite in irgendeiner Form interagieren kann – sei es durch die Nutzung eines Formulars, eines Kontakt-Buttons, einer Suchfunktion, einer Warenkorb-Funktion oder auch nur durch die Navigation auf der Seite – fällt diese unter die Regelungen des BFG, sofern es sich um einen der oben genannten Bereiche handelt.

Die vermeintlichen Ausnahmen: Kleinstunternehmen und die Tücke des Produktvertriebs

Die größte Fehleinschätzung betrifft die **Ausnahmeregelung für Kleinstunternehmen**. Viele atmen auf, wenn sie lesen, dass Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern