GEPRÜFTE WEBSITE

DEMO – fiktiver Beispielshop

1 Seite · am Computer und am Smartphone geprüft · erkanntes System: nicht erkannt

63
von 100 Punkten

Ausbaufähig

Technischer Orientierungswert für die genannten Seiten und automatischen Prüfbereiche. Kein Prozentwert für Barrierefreiheit. Gewichtung nach Schweregrad, Verbreitung und Anzahl; Berechnung in der Methodik.

4
verschiedene Probleme gefunden

4
schnelle Erfolge, ca. 2 Std. (Schätzung)

10
Punkte zum Selbstprüfen

So nutzen Sie diesen Report

- Beginnen Sie mit den **schnellen Erfolgen**: Sie bringen am meisten für wenig Aufwand.
- Danach folgen **alle Probleme nach Priorität**, jeweils mit Erklärung, Betroffenen und Lösungsschritten.
- Die **Checkliste „Bitte selbst prüfen“** enthält, was ein automatischer Test nicht beurteilen kann.
- Aufwände und Zuständigkeiten sind Schätzungen. Vor Beauftragung mit der ausführenden Person abstimmen.

BEISPIELBERICHT: fiktiver Demo-Shop mit absichtlich eingebauten Fehlern. Kein Kundenfall. Die HTML-Vorlage wird lokal im Browser bereitgestellt; Netzwerk, Crawler und CMS-Erkennung werden in diesem Demo-Lauf nicht getestet. Der Webprüfstand-Report ist eine automatisierte technische Prüfung. Er ist kein Gutachten, keine Rechtsberatung, keine Zertifizierung und keine Bestätigung der Konformität mit dem BFSG oder anderen Vorschriften.

ZUSAMMENFASSUNG

Das Wichtigste in Kürze

Wir haben 1 Seite von demo.webpruefstand.example am Computer und am Smartphone automatisch geprüft.

Wir haben 4 verschiedene Probleme gefunden, davon 3 kritische und 1 erhebliches. Kritische Probleme hindern Menschen daran, Ihre Seite zu nutzen – damit sollten Sie anfangen.

Mit den 4 schnellen Erfolgen auf der nächsten Seite beheben Sie in ca. 2 Std. die Punkte mit der größten Wirkung; 2 davon können Sie selbst erledigen.

Gefundene Probleme nach Schweregrad

Schweregrad	Anzahl	Bedeutung
Kritisch	3	Hindert Menschen daran, Ihre Seite zu nutzen.
Erheblich	1	Erschwert die Nutzung deutlich.
Mäßig	0	Erschwert die Nutzung etwas.
Gering	0	Kleinere Verbesserung.
Bitte selbst prüfen	10	Kann nur ein Mensch beurteilen (Checkliste am Ende).

Eckdaten

Website	https://demo.webpruefstand.example/
Geprüfte Seiten	1, jeweils am Computer und am Smartphone
Erkanntes System	nicht erkannt
Geschätzter Aufwand	ca. 2 Std. für alle Probleme, davon ca. 2 Std. für die schnellen Erfolge
Selbst machbar	2 von 4 Problemen ohne Programmierung
In der Vorlage	keine seitenübergreifenden Probleme

SCHNELLE ERFOLGE

Ihre 4 schnellen Erfolge

Diese Punkte bringen am meisten und kosten am wenigsten Zeit. Fangen Sie hier an.

1 Kritisch — **ca. 10 Min.**

Bilder ohne Beschreibung (Alternativtext)

1 Stelle auf 1 Seite · selbst machbar, ohne Programmierung · Details: Problem Nr. 1

2 Kritisch — **ca. 30 Min.**

Schaltflächen ohne erkennbaren Namen

1 Stelle auf 1 Seite · für Agentur oder Entwickler · Details: Problem Nr. 2

3 Kritisch — **ca. 30 Min.**

Formularfelder ohne Beschriftung

1 Stelle auf 1 Seite · für Agentur oder Entwickler · Details: Problem Nr. 3

4 Erheblich — **ca. 45 Min.**

Text zu blass für den Hintergrund (Kontrast)

1 Stelle auf 1 Seite · selbst machbar, ohne Programmierung · Details: Problem Nr. 4

Zusammen: **ca. 2 Std.**

ALLE PROBLEME

Alle Probleme nach Priorität

Sortiert nach Wirkung und Aufwand: oben steht, was vielen Menschen hilft und schnell erledigt ist.

Kritisch · Aufwand gering, ca. 10 Min. (Schätzung) · Zuständigkeit (Schätzung): selbst machbar, ohne Programmierung

1. Bilder ohne Beschreibung (Alternativtext)

Priorität: Kritisch – Hindert Menschen daran, Ihre Seite zu nutzen. Reihenfolge nach Schweregrad, Verbreitung und geschätztem Aufwand.

Beobachtung

Die Regel image-alt meldet 1 Fundstelle auf 1 Seite.

Bedeutung

Bilder brauchen einen kurzen Text, der sagt, was darauf zu sehen ist. Fehlt er, bleibt das Bild für manche Menschen unsichtbar – oder der Screenreader liest den Dateinamen vor („IMG_4711“).

Wen betrifft es?

- Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen
- Suchmaschinen, die Ihre Inhalte dadurch besser verstehen

Wo?

1 Stelle auf 1 von 1 Seiten, am Computer und am Smartphone. Die Ursache im Quellcode wurde nicht bestätigt.

- Startseite



Befund 1: Bilder ohne Beschreibung (Alternativtext). Beispiel: Startseite, am Computer. Orange markiert ist der Fundort; der Befund stammt aus der technischen Prüfung.

Empfohlene nächste Schritte

1. Beschreiben Sie in wenigen Worten, was zu sehen ist, z. B. „Blauer Kaffeebecher aus Steingut, 300 ml“.
2. Rein dekorative Bilder (Muster, Trennlinien) bekommen einen leeren Alternativtext – dann überspringt der Screenreader sie.
3. Nicht „Bild von …“ schreiben, das sagt der Screenreader schon selbst.

WCAG-Kriterium 1.1.1 · Prüfregel image-alt

Kritisch · Aufwand gering, ca. 30 Min. (Schätzung) · Zuständigkeit (Schätzung): für Agentur oder Entwickler

2. Schaltflächen ohne erkennbaren Namen

Priorität: Kritisch – Hindert Menschen daran, Ihre Seite zu nutzen. Reihenfolge nach Schweregrad, Verbreitung und geschätztem Aufwand.

Beobachtung

Die Regel button-name meldet 1 Fundstelle auf 1 Seite.

Bedeutung

Eine Schaltfläche hat keinen Namen – etwa ein Kreuz zum Schließen, ein Pfeil im Bild-Karussell oder ein Plus beim Warenkorb. Screenreader sagen nur „Schalter“, niemand weiß, was passiert.

Wen betrifft es?

- Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen
- Menschen, die per Sprachbefehl bedienen („Klicke auf In den Warenkorb“)

Wo?

1 Stelle auf 1 von 1 Seiten, am Computer und am Smartphone. Die Ursache im Quellcode wurde nicht bestätigt.

- Startseite



Befund 2: Schaltflächen ohne erkennbaren Namen. Beispiel: Startseite, am Computer. Orange markiert ist der Fundort; der Befund stammt aus der technischen Prüfung.

Empfohlene nächste Schritte

1. Geben Sie dem Element einen sichtbaren Text oder – bei reinen Symbolen – einen unsichtbaren Namen für Screenreader (z. B. „Warenkorb“, „Menü öffnen“, „Suche“).
2. Sitzt das Element im Kopf- oder Fußbereich, steckt es im Theme: Eine Änderung behebt es auf allen Seiten.

WCAG-Kriterium 4.1.2 · Prüfregel button-name

Kritisch · Aufwand gering, ca. 30 Min. (Schätzung) · Zuständigkeit (Schätzung): für Agentur oder Entwickler

3. Formularfelder ohne Beschriftung

Priorität: Kritisch – Hindert Menschen daran, Ihre Seite zu nutzen. Reihenfolge nach Schweregrad, Verbreitung und geschätztem Aufwand.

Beobachtung

Die Regel label meldet 1 Fundstelle auf 1 Seite.

Bedeutung

Ein Eingabefeld – oft das Newsletter-Feld oder die Suche – hat keine Beschriftung. Ein Platzhaltertext im Feld zählt nicht: Er verschwindet beim Tippen und wird nicht zuverlässig vorgelesen.

Wen betrifft es?

- Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen
- Menschen, die per Sprachbefehl bedienen („Klicke auf In den Warenkorb“)
- Menschen mit Lern- oder Konzentrationsschwierigkeiten und viele ältere Menschen

Wo?

1 Stelle auf 1 von 1 Seiten, am Computer und am Smartphone. Die Ursache im Quellcode wurde nicht bestätigt.

- Startseite



Befund 3: Formularfelder ohne Beschriftung. Beispiel: Startseite, am Computer. Orange markiert ist der Fundort; der Befund stammt aus der technischen Prüfung.

Empfohlene nächste Schritte

1. Geben Sie jedem Feld eine sichtbare Beschriftung („Ihre E-Mail-Adresse“), die technisch mit dem Feld verbunden ist.
2. Wo kein Platz ist (z. B. Suchfeld im Kopf), genügt eine unsichtbare Beschriftung für Screenreader.

WCAG-Kriterium 4.1.2 · Prüfregel label

Erheblich · Aufwand mittel, ca. 45 Min. (Schätzung) · Zuständigkeit (Schätzung): selbst machbar, ohne Programmierung

4. Text zu blass für den Hintergrund (Kontrast)

Priorität: Erheblich – Erschwert die Nutzung deutlich. Reihenfolge nach Schweregrad, Verbreitung und geschätztem Aufwand.

Beobachtung

Die Regel color-contrast meldet 1 Fundstelle auf 1 Seite.

Bedeutung

Hellgraue Schrift auf Weiß oder weiße Schrift auf hellen Farben ist für viele Menschen schwer lesbar. Vorgeschrieben ist ein Mindestkontrast von 4,5 : 1, bei großer Schrift 3 : 1.

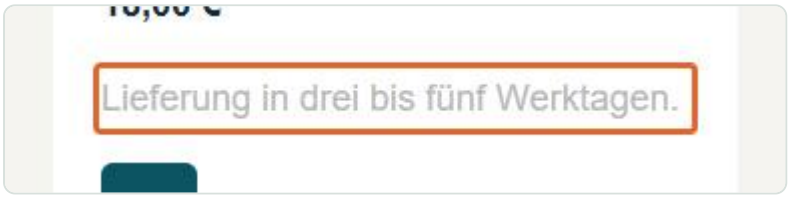
Wen betrifft es?

- Menschen mit Sehschwäche, die vergrößern oder schwache Kontraste schlecht erkennen – auch alle, die draußen bei Sonne aufs Handy schauen
- Menschen mit Farbsehschwäche (etwa jeder zwölfte Mann)
- Alle, die Ihre Seite auf dem Smartphone nutzen

Wo?

1 Stelle auf 1 von 1 Seiten, am Computer und am Smartphone. Die Ursache im Quellcode wurde nicht bestätigt.

- Startseite



Befund 4: Text zu blass für den Hintergrund (Kontrast). Beispiel: Startseite, am Computer. Orange markiert ist der Fundort; der Befund stammt aus der technischen Prüfung.

Empfohlene nächste Schritte

1. Machen Sie die Schrift dunkler oder den Hintergrund heller (bzw. umgekehrt). Oft genügt ein etwas kräftigerer Farbton.
2. Prüfen Sie Ihre Farben mit einem Kontrastrechner, z. B. dem kostenlosen „WebAIM Contrast Checker“.
3. Besonders häufig betroffen: Preise in Grau, Hinweise unter Formularfeldern, Text auf Fotos, Buttons in Markenfarbe.

WCAG-Kriterium 1.4.3 · Prüfregel color-contrast

CHECKLISTE

Bitte selbst prüfen

Ein automatischer Test erkennt viele, aber nicht alle Barrieren. Ob ein Bildtext sinnvoll ist oder ob man den Bestellvorgang mit der Tastatur schafft, kann nur ein Mensch beurteilen. Diese Checkliste führt Sie in etwa 2 Std. durch die wichtigsten Punkte.

☐ Alles mit der Tastatur bedienbar?

Viele Menschen können keine Maus benutzen. Ein automatischer Test sieht nicht, ob man z. B. das Menü, den Größenwähler oder den Warenkorb wirklich mit der Tastatur erreicht und bedienen kann.

So prüfen Sie es

1. Legen Sie die Maus beiseite und öffnen Sie Ihre Startseite.
2. Springen Sie mit der Tab-Taste vorwärts, mit Umschalt + Tab zurück. Aktivieren Sie Links mit Enter, Buttons mit Enter oder Leertaste.
3. Sehen Sie immer, wo Sie gerade sind? (deutlicher Rahmen um das aktive Element)
4. Kommen Sie durch: Menü öffnen, Produkt wählen, Variante wählen, in den Warenkorb, zur Kasse?
5. Bleiben Sie irgendwo hängen, z. B. in einem Popup, das sich nicht mit Esc schließen lässt?

Betrifft: Menschen, die ohne Maus bedienen: mit Tastatur, Schaltern oder Sprachsteuerung; Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen · Dauer ca. 15 Min.

☐ Sinnvolle Reihenfolge beim Durchspringen?

Springt der Fokus quer über die Seite, verlieren Tastatur-Nutzer die Orientierung.

So prüfen Sie es

1. Beim Tabben (siehe oben) darauf achten: Folgt der Fokus der Lesereihenfolge – von oben nach unten, links nach rechts?
2. Öffnet sich ein Fenster (z. B. Warenkorb-Seitenleiste), sollte der Fokus hineinspringen und nach dem Schließen zurückkehren.

Betrifft: Menschen, die ohne Maus bedienen: mit Tastatur, Schaltern oder Sprachsteuerung · Dauer ca. 5 Min.

☐ Beschreiben die Bildtexte wirklich das Bild?

Der Test erkennt, ob ein Alternativtext fehlt – nicht, ob er gut ist. „Bild1“ oder „Produktfoto“ hilft niemandem.

So prüfen Sie es

1. Schauen Sie sich die Alternativtexte Ihrer wichtigsten Produktbilder im Admin an.
2. Frage: Würde jemand, der das Bild nicht sieht, das Wichtigste erfahren? (Farbe, Form, Material, was gezeigt wird)
3. Dekorative Bilder sollten einen leeren Alternativtext haben.

Betrifft: Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen · Dauer ca. 15 Min.

☐ Verständliche Sprache und klare Linktexte?

Fachbegriffe, verschachtelte Sätze und Links wie „hier klicken“ sind für viele Menschen eine Hürde – Screenreader-Nutzer lassen sich Links oft als Liste vorlesen, ohne Zusammenhang.

So prüfen Sie es

1. Lesen Sie Ihre wichtigsten Texte (Startseite, Versand, Rückgabe) laut: Sind die Sätze kurz und klar?
2. Verstehen Sie jeden Link auch ohne den Satz drumherum? „Versandkosten ansehen“ statt „hier“.

Betrifft: Menschen mit Lern- oder Konzentrationsschwierigkeiten und viele ältere Menschen; Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen · Dauer ca. 15 Min.

☐ Untertitel und Textfassungen für Videos?

Der Test findet nicht jedes eingebettete Video (z. B. von YouTube) und kann nicht hören, ob Untertitel zum Gesprochenen passen.

So prüfen Sie es

1. Spielen Sie Ihre Videos ohne Ton ab: Verstehen Sie den Inhalt mit Untertiteln?
2. Gibt es wichtige Infos nur im Ton (z. B. Rabattcode im Video)? Dann auch als Text anbieten.

Betrifft: Gehörlose und schwerhörige Menschen – und alle, die ohne Ton schauen · Dauer ca. 10 Min.

☐ Funktioniert die Seite stark vergrößert?

Menschen mit Sehschwäche vergrößern auf 200 % und mehr. Dabei dürfen keine Inhalte abgeschnitten werden oder sich überlagern.

So prüfen Sie es

1. Vergrößern Sie im Browser mit Strg + Plus (Mac: Cmd + Plus) auf 200 %, dann auf 400 %.
2. Ist noch alles lesbar und bedienbar, ohne seitlich scrollen zu müssen? Überlappen sich Elemente? Verdeckt ein fester Kopfbereich den halben Bildschirm?

Betrifft: Menschen mit Sehschwäche, die vergrößern oder schwache Kontraste schlecht erkennen – auch alle, die draußen bei Sonne aufs Handy schauen · Dauer ca. 10 Min.

☐ Verständliche Fehlermeldungen in Formularen?

Wenn im Kontaktformular oder an der Kasse etwas fehlt, muss klar sein, was und wo – nicht nur ein rot umrandetes Feld.

So prüfen Sie es

1. Schicken Sie das Kontaktformular und die Kasse einmal leer bzw. mit falscher E-Mail ab.
2. Steht beim Feld ein Text, was falsch ist und wie es richtig geht? Ist die Meldung nicht nur an der Farbe erkennbar?
3. Bleiben Ihre bisherigen Eingaben erhalten?

Betrifft: Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen; Menschen mit Lern- oder Konzentrationsschwierigkeiten und viele ältere Menschen; Menschen mit Farbsehschwäche (etwa jeder zwölfte Mann) · Dauer ca. 10 Min.

☐ Keine überraschenden Zeitlimits?

Wer langsamer liest oder tippt, darf nicht mitten im Bestellvorgang rausfliegen – z. B. weil der Warenkorb nach 10 Minuten verfällt oder ein Rabatt-Countdown abläuft.

So prüfen Sie es

1. Gibt es bei Ihnen Countdowns, ablaufende Sitzungen oder automatisch wechselnde Inhalte (Karussell)?
2. Lassen sich Karussells anhalten? Wird vor Ablauf einer Sitzung gewarnt und kann man verlängern?

Betrifft: Menschen mit Lern- oder Konzentrationsschwierigkeiten und viele ältere Menschen; Menschen mit Zittern oder eingeschränkter Feinmotorik – und alle, die mit dem Daumen am Smartphone tippen; Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen · Dauer ca. 5 Min.

☐ Kauf mit Screenreader möglich?

Der Bestellvorgang ist der wichtigste Weg in Ihrem Shop – und oft voller Sonderbausteine (Zahlungsfelder, Adresssuche, Versandauswahl), die nur ein Mensch wirklich durchtesten kann.

So prüfen Sie es

1. Schalten Sie den eingebauten Screenreader ein: Windows „Sprachausgabe“ (Strg + Windows + Enter), Mac „VoiceOver“ (Cmd + F5), iPhone/Android in den Bedienungshilfen.
2. Gehen Sie einen Testkauf durch. Wird alles verständlich vorgelesen – Preise, Varianten, Fehlermeldungen, Zahlungsarten?
3. Noch aussagekräftiger: Lassen Sie einmal eine blinde Person testen. Viele Vereine und Agenturen bieten das an.

Betrifft: Blinde und stark sehbehinderte Menschen, die sich Seiten mit einem Screenreader vorlesen lassen · Dauer ca. 30 Min.

☐ Informationen zur Barrierefreiheit vorhanden?

Für Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr verlangt das BFSG Angaben dazu, wie die Anforderungen an die Barrierefreiheit erfüllt werden. Dieser Report ist keine Rechtsberatung – lassen Sie den genauen Inhalt rechtlich prüfen.

So prüfen Sie es

1. Gibt es auf Ihrer Website (z. B. im Fußbereich oder in den AGB) Informationen zur Barrierefreiheit Ihres Angebots?
2. Sind darin bekannte Einschränkungen genannt und ist ein Kontaktweg für Rückmeldungen angegeben?

Betrifft: Menschen mit Lern- oder Konzentrationsschwierigkeiten und viele ältere Menschen · Dauer ca. 10 Min.

METHODIK

Wie wir geprüft haben

Was geprüft wurde

1 Seite von DEMO – fiktiver Beispielshop, ausgewählt nach Seitentyp (Startseite, Kategorie, Produkt, Warenkorb, Kontakt und weitere). Jede Seite wurde am Computer und am Smartphone geprüft (Bildschirmbreite 1280 Pixel und ein aktuelles Smartphone). Cookie-Hinweise haben wir, wo möglich, mit „Ablehnen“ bzw. „Nur notwendige“ geschlossen.

1. https://demo.webpruefstand.example/

Womit

Mit axe-core 4.14.0 (Deque Systems, weit verbreitete Open-Source-Prüfbibliothek) in einem Chromium-Browser (Version 157.0.8103.52). Geprüft wurden die automatisch testbaren Anforderungen der WCAG 2.0, 2.1 und 2.2 auf den Stufen A und AA sowie anerkannte Empfehlungen (Best Practices). Die WCAG sind die Grundlage der europäischen Norm EN 301 549, auf die sich das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) bezieht.

So entsteht die Note

Jede Website startet mit 100 Punkten. Jedes gefundene Problem zieht einen Anteil ab: je nach Schweregrad (kritisch 12 %, erheblich 7 %, mäßig 3 %, gering 1 %), etwas mehr, wenn es auf vielen Seiten oder sehr oft vorkommt. Reine Empfehlungen zählen halb. Ab 85 Punkten gilt die Note als „Gut“, ab 60 als „Ausbaufähig“, darunter als „Kritisch“. Wer ein kritisches Problem hat, kann nicht „Gut“ erreichen.

Die Reihenfolge der Probleme ergibt sich aus Wirkung (Schweregrad und Verbreitung) geteilt durch den geschätzten Aufwand.

Grenzen der Prüfung

„Nicht geprüft“: kein Test durchgeführt. „Nicht erreichbar“: ein Aufruf scheiterte. „Kein Befund gefunden“: nur innerhalb tatsächlich ausgeführter Prüfungen. Fehlende Angaben sind kein positives Ergebnis. Die manuelle Checkliste enthält Empfehlungen, keine durchgeführten manuellen Tests.

- Ein automatischer Test findet nur einen Teil der möglichen Barrieren. Viele Anforderungen lassen sich nur von Menschen beurteilen – dafür ist die Checkliste „Bitte selbst prüfen“ da.
- Geprüft wurden die genannten Seiten zum Prüfzeitpunkt. Bereiche hinter einer Anmeldung, der eigentliche Bezahlvorgang und Inhalte, die erst nach einer Eingabe erscheinen, sind nicht enthalten.
- Ein Ergebnis ohne Probleme bedeutet nicht, dass die Website vollständig barrierefrei ist.

Hinweise zu dieser Prüfung

- BEISPIELBERICHT: fiktiver Demo-Shop mit absichtlich eingebauten Fehlern. Kein Kundenfall. Die HTML-Vorlage wird lokal im Browser bereitgestellt; Netzwerk, Crawler und CMS-Erkennung werden in diesem Demo-Lauf nicht getestet.

Wichtiger Hinweis

Der Webprüfstand-Report ist eine automatisierte technische Prüfung. Er ist kein Gutachten, keine Rechtsberatung, keine Zertifizierung und keine Bestätigung der Konformität mit dem BFSG oder anderen Vorschriften.

Webprüfstand · webpruefstand.de

KOMPLETT-CHECK · ANHANG

Entwickler-Anhang

Technische Details zu jedem Problem für Ihre Agentur oder Ihr Entwicklungsteam: Prüfregel, WCAG-Kriterium, CSS-Selektoren und HTML-Ausschnitte. Die Selektoren beziehen sich auf den Stand zum Prüfzeitpunkt.

1. Bilder ohne Beschreibung (Alternativtext)

Regel `image-alt` · WCAG 1.1.1 · 1 Element · Regelbeschreibung (englisch)

Jedes <img> braucht ein alt-Attribut; dekorative Bilder alt="". Bei Hintergrundbildern mit Inhalt role="img" und aria-label.

https://demo.webpruefstand.example/ · am Computer

Selektor: `img`

```
<img src="data:image/svg+xml,%...">
```

2. Schaltflächen ohne erkennbaren Namen

Regel `button-name` · WCAG 4.1.2 · 1 Element · Regelbeschreibung (englisch)

Jeder <button> braucht einen zugänglichen Namen (Text, aria-label oder aria-labelledby). Icons darin aria-hidden="true".

https://demo.webpruefstand.example/ · am Computer

Selektor: `#warenkorb`

```
<button type="button" id="warenkorb"></button>
```

3. Formularfelder ohne Beschriftung

Regel `label` · WCAG 4.1.2 · 1 Element · Regelbeschreibung (englisch)

<label for> bzw. aria-labelledby/aria-label; placeholder ersetzt kein Label.

https://demo.webpruefstand.example/ · am Computer

Selektor: `#email`

```
<input type="email" id="email" autocomplete="email">
```

4. Text zu blass für den Hintergrund (Kontrast)

Regel `color-contrast` · WCAG 1.4.3 · 1 Element · Regelbeschreibung (englisch)

Kontrast mind. 4,5:1 (Text < 24 px bzw. < 18,66 px fett), sonst 3:1. Farben in den Theme-Variablen zentral anpassen.

https://demo.webpruefstand.example/ · am Computer

Selektor: `.muted`

```
<p class="muted">Lieferung in drei bis fünf Werktagen.</p>
```