STORE2X STUDIE · BARRIEREFREIHEIT-REPORT

Barrierefreiheit im E-Commerce 2026: Wie zugänglich Shopsysteme wirklich sind

Eigene Lighthouse-Auswertung: Wie gut die Barrierefreiheit von Shops je System wirklich ist, seit dem BFSG.

KERNBEFUND

Barrierefreiheit ist über alle Shopsysteme hinweg lückenhaft: Baukästen liefern die beste Basis, doch entscheidend bleiben Theme und Umsetzung, nicht das System allein.

94
Median-Score bei Wix & Squarespace

88
bei Shopify

Veröffentlicht am 21. August 2026 · Datenbasis: HTTP Archive × Lighthouse, Juni 2026
Von Richard Roth und Till Täubrich

AUF EINEN BLICK

Das Wichtigste in Kürze

94 Median-Score bei Wix & Squarespace Spitzenwerte (von 100)	**88** bei Shopify solides Mittelfeld	**77** bei VTEX, dem Schlusslicht nur 6,7 % erreichen >= 90
86,4 % PrestaShop-Shops mit Kontrast-Fehler häufigstes Problem überhaupt	**42 %** der Shopify-Shops erreichen >= 90 bei Wix sind es 80 %	**Juni 2025** BFSG in Kraft Barrierefreiheit wird Pflicht

Seit dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) ist digitale Barrierefreiheit für viele Onlineshops keine Kür mehr, sondern Pflicht. Doch wie zugänglich sind Shops heute tatsächlich, je nachdem auf welchem System sie laufen? Für diesen Report haben wir die Shopsystem-Erkennung des HTTP Archive mit den automatisierten Lighthouse-Accessibility-Prüfungen verknüpft und für 15 gängige Shopsysteme ausgewertet, wie gut ihre Shops abschneiden, Stand Juni 2026. Das Ergebnis ist ernüchternd: Kein System liefert von Haus aus flächendeckend barrierefreie Shops.

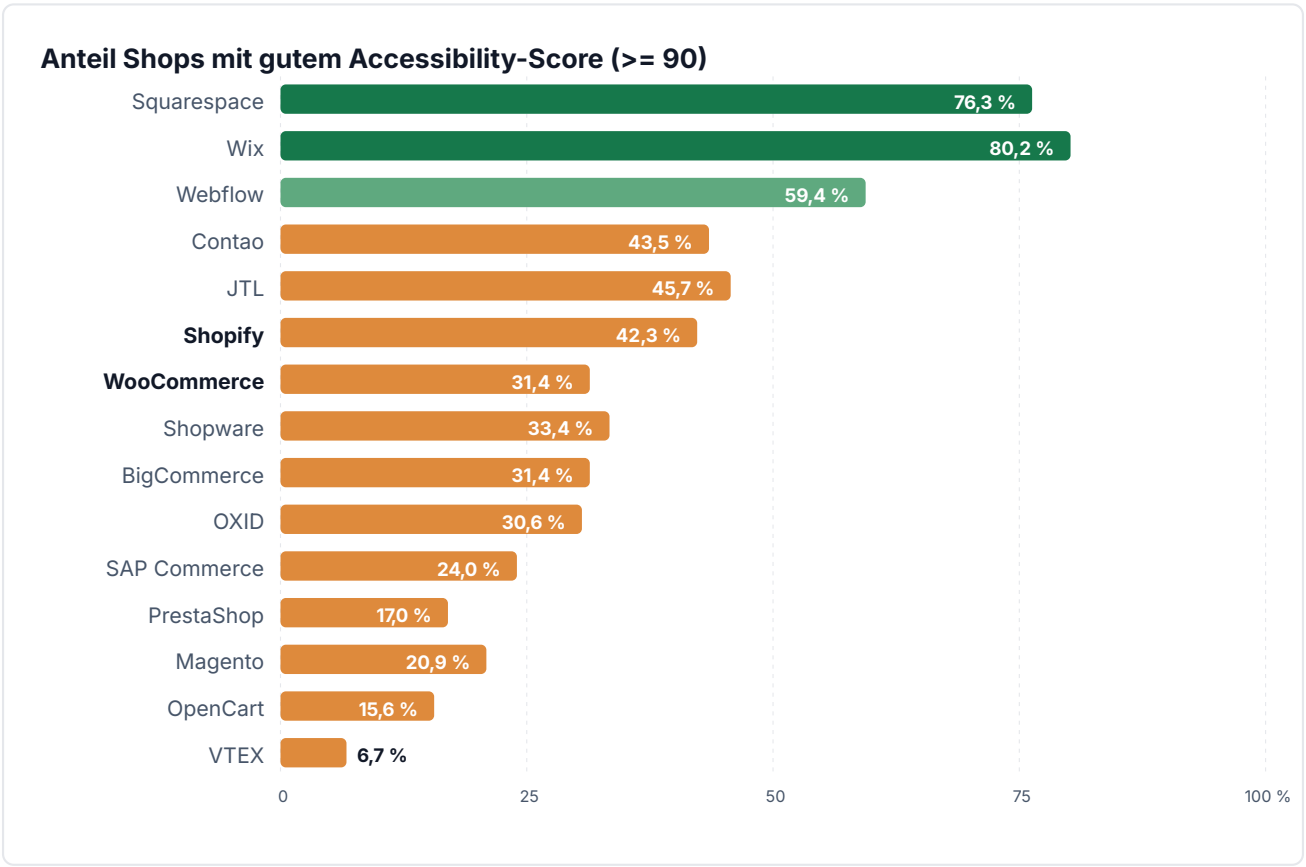
ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Die Baukästen führen: Wix und Squarespace erreichen einen Median-Score von 94 von 100, Webflow 91. Sie liefern die beste Barrierefreiheit im Standard.
- Shopify liegt im soliden Mittelfeld (Median 88), gleichauf mit JTL, vor WooCommerce (86), Shopware (85), Magento (81) und dem Schlusslicht VTEX (77).
- Kein einziges System hat eine Mehrheit voll bestehender Shops: Selbst bei Wix erreichen 80 Prozent einen Score ab 90, bei Shopify sind es 42 Prozent, bei Magento nur 21 und bei VTEX 7 Prozent.
- Das mit Abstand häufigste Problem ist zu schwacher Farbkontrast: Je nach System fallen 51 bis 89 Prozent der Shops beim Kontrast-Check durch (WooCommerce 82,5 Prozent, PrestaShop 86,4 Prozent, OpenCart 88,7 Prozent).
- Zweithäufig sind nicht erkennbare Linktexte (48 bis 86 Prozent) sowie fehlende Alt-Texte bei Bildern (5 bis 43 Prozent), beides klassische, gut behebbare Fehler.
- Wichtig zur Einordnung: Lighthouse prüft nur automatisiert und deckt damit nur einen Teil der WCAG-Kriterien ab. Ein guter Score ist ein gutes Fundament, aber kein Nachweis rechtlicher Konformität.

VISUALISIERUNG

Die Zahlen im Überblick



DATENTABELLE

Alle Werte im Detail

Shopsystem	Median-Score	Score >= 90	Kontrast-Fehler	Linktext-Fehler	Shops (n)
Squarespace	94	76,3 %	51,4 %	50,0 %	507
Wix	94	80,2 %	21,9 %	48,8 %	611
Webflow	91	59,4 %	70,3 %	70,9 %	340
Contao	88	43,5 %	71,2 %	64,0 %	191
JTL	88	45,7 %	72,4 %	58,4 %	486
Shopify	88	42,3 %	67,4 %	63,1 %	41.450
WooCommerce	86	31,4 %	82,5 %	77,1 %	21.108
Shopware	85	33,4 %	72,1 %	59,5 %	861
BigCommerce	85	31,4 %	71,0 %	71,1 %	1.589
OXID	84	30,6 %	66,2 %	62,5 %	216
SAP Commerce	82	24,0 %	61,0 %	62,2 %	649
PrestaShop	82	17,0 %	86,4 %	81,1 %	6.497
Magento	81	20,9 %	74,7 %	72,6 %	8.035
OpenCart	81	15,6 %	88,7 %	80,3 %	2.074

Shopsystem	Median-Score	Score >= 90	Kontrast-Fehler	Linktext-Fehler	Shops (n)
VTEX	77	6,7 %	73,2 %	85,5 %	1.463

Median-Score = Lighthouse-Accessibility (0 bis 100). Fehlerquoten = Anteil Shops, der den jeweiligen Check nicht besteht. n = ausgewertete Shops (global Top-1M).

Ergebnisse im Detail

Warum Barrierefreiheit 2026 zur Pflicht wird

Mit dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG), das die europäische Richtlinie European Accessibility Act umsetzt, gilt seit dem 28. Juni 2025 für viele Onlineshops eine Pflicht zur digitalen Barrierefreiheit. Betroffen ist im Kern der Verkauf an Verbraucher; für Kleinstunternehmen gibt es Ausnahmen.

Praktisch bedeutet das: Ein Shop muss für Menschen mit Seh-, Hör- oder motorischen Einschränkungen bedienbar sein, orientiert an den WCAG-Kriterien. Barrierefreiheit ist damit vom Nice-to-have zum rechtlichen und wirtschaftlichen Muss geworden, denn ein nicht bedienbarer Shop verliert reale Kundschaft.

Die Baukästen liefern die beste Basis

An der Spitze stehen die Website-Builder: Wix und Squarespace erreichen einen Median-Accessibility-Score von 94, Webflow 91. Bei Wix erreichen sogar 80 Prozent aller Shops einen Score ab 90.

Der Grund ist strukturell. Baukästen geben Design-Komponenten, Farbsysteme und Markup stärker vor und lassen weniger Raum für Fehler. Wo Händler weniger frei gestalten können, entstehen auch weniger Barrieren, ein Nachteil bei der Flexibilität, der sich hier in einen Vorteil verwandelt.

Shopify und die Commerce-Systeme im Mittelfeld

Shopify erreicht einen soliden Median von 88, gleichauf mit JTL und vor WooCommerce (86), Shopware (85) und Magento (81). Das ist ein ordentliches, aber kein herausragendes Fundament: Nur 42 Prozent der Shopify-Shops erreichen einen Score ab 90.

Der Grund liegt in der Freiheit dieser Systeme. Frei gestaltbare Themes und Third-Party-Apps sind ihre Stärke, verlagern die Verantwortung für Barrierefreiheit aber auf Händler und Agenturen. Das System liefert die Basis, über das Ergebnis entscheidet das Theme.

Das Dauerproblem: Farbkontrast

Ein Fehler dominiert über alle Systeme hinweg: zu schwacher Farbkontrast zwischen Text und Hintergrund. Zwischen 51 und 89 Prozent der Shops fallen bei diesem Check durch, bei PrestaShop 86,4 Prozent, bei OpenCart sogar 88,7 Prozent.

Das ist besonders ärgerlich, weil Kontrast einer der am einfachsten behebbaren Fehler ist. Oft reicht eine Anpassung der Design-Tokens für Textfarben, Buttons und Zustände. Gleich dahinter folgen nicht erkennbare Linktexte (etwa reine Icon-Links ohne Beschriftung) und fehlende Alt-Texte bei Produktbildern.

Migration und Relaunch als Chance

Weil das Ergebnis vor allem am Theme und an der Umsetzung hängt, ist ein Systemwechsel oder Relaunch der wirtschaftlich sinnvollste Moment, Barrierefreiheit anzugehen. Wer ohnehin ein neues Theme aufsetzt, kann Kontraste, semantisches Markup, Fokus-Zustände und Alt-Texte von Anfang an richtig anlegen.

Das ist deutlich günstiger, als einen gewachsenen, über Jahre angepassten Shop nachträglich barrierefrei zu machen. Bei store2x behandeln wir Barrierefreiheit deshalb als festen Bestandteil von Migration und Theme-Entwicklung, nicht als späteres Add-on.

Grenzen der Auswertung

Lighthouse prüft automatisiert und erfasst damit nur einen Teil der WCAG-Erfolgskriterien; Aspekte wie sinnvolle Tastaturbedienung, Screenreader-Erlebnis oder verständliche Sprache lassen sich nur teilweise oder gar nicht automatisch messen. Ein guter Score ist ein starkes Indiz, aber kein Konformitätsnachweis.

Zudem werten wir die global reichweitenstärksten Shops je System aus (Top 1 Million nach CrUX-Rang). Kleinere Shops im langen Tail dürften im Schnitt schlechter abschneiden. Systeme mit sehr kleiner Stichprobe sind ausgeschlossen, und die Werte sind eine Momentaufnahme aus Juni 2026.

Was das für deinen Shop bedeutet

Der wichtigste Befund ist nicht die Rangfolge, sondern das Niveau: Barrierefreiheit ist über alle Systeme hinweg lückenhaft. Dass Baukästen wie Wix und Squarespace vorn liegen, hat einen Grund. Sie geben Themes und Komponenten stärker vor und lassen weniger Spielraum für Fehler bei Kontrast und Struktur. Klassische Commerce-Systeme mit frei gestaltbaren Themes verlagern genau diese Verantwortung auf Händler und Agenturen.

Für die Praxis heißt das: Das Shopsystem ist nur die Basis, entscheidend sind Theme, Templates und die konkrete Umsetzung. Genau deshalb ist eine Migration oder ein Relaunch der ideale Zeitpunkt, Barrierefreiheit von Anfang an mitzudenken, statt sie später teuer nachzurüsten. Die häufigsten Fehler (Kontrast, Linktexte, Alt-Texte) sind planbar und mit überschaubarem Aufwand behebbar.

Methodik

Grundlage ist eine eigene Auswertung: Wir haben die Technologie-Erkennung des HTTP Archive mit den Lighthouse-Ergebnissen desselben Datensatzes verknüpft, Stand Juni 2026, mobiler Crawl, Startseiten. Ausgewertet haben wir Shops, die global unter den Top 1 Million nach CrUX-Rang liegen, also die reichweitenstärkeren Shops je System; die reale Lage im langen Tail dürfte eher schlechter ausfallen. Der Median-Score ist der Lighthouse-Accessibility-Score (0 bis 100). Die Fehlerquoten geben an, welcher Anteil der Shops den jeweiligen WCAG-nahen Check nicht besteht (bezogen auf Shops, für die der Check anwendbar ist). Systeme mit weniger als 150 auswertbaren Shops sind ausgeschlossen. Wichtig: Lighthouse prüft automatisiert und erfasst damit nur einen Teil der WCAG-Erfolgskriterien. Ein guter Score belegt kein rechtssicheres, vollständig barrierefreies Angebot; er ist

ein Indikator, keine Konformitätsbescheinigung.

Quellen

• BFSG – Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (Gesetzestext)
• Lighthouse Accessibility – Scoring (Google)
• WCAG 2.1 – Web Content Accessibility Guidelines (W3C)
• HTTP Archive – Technologie-Erkennung & Daten

Diese Studie zitieren

Diese Studie darf kostenfrei genutzt werden, auch von Medien und in kommerziellen Beiträgen. Wir bitten nur darum, Store2x namentlich zu nennen und auf die Originalstudie zu verlinken.

Store2x (2026): Barrierefreiheit im E-Commerce 2026: Wie zugänglich Shopsysteme wirklich sind. https://store2x.com/studien/barrierefreiheit-shopsysteme/

Lizenz: CC BY 4.0 (creativecommons.org/licenses/by/4.0)

Über store2x

store2x migriert Onlineshops zu Shopify, ohne Daten- und Ranking-Verlust, und optimiert sie für Performance und SEO. Diese Studie wurde von Richard Roth und Till Täubrich erstellt.

Kostenlose Analyse: store2x.com