



Barrierefreiheitsbericht

Linden & Loom · <https://lindenloom.example/>

Geprüft am

12. Oktober 2026

Geprüfte Seiten

3

Gefundene Probleme

36

6

Kritisch

27

Schwerwiegend

3

Mittel

0

Gering

Im Vergleich zur letzten Prüfung: 4 Probleme weniger.

Was zuerst zu beheben ist

1

KRITISCH

Einige Schaltflächen haben keinen Namen

Wer einen Screenreader oder Sprachsteuerung nutzt, erkennt nicht, welche Schaltfläche in den Warenkorb legt, das Menü öffnet oder die Suche startet. Das kann einen Kauf ganz verhindern.

4-mal auf 2 Seiten gefunden.

2

KRITISCH

Formularfelder haben keine Beschriftung

Screenreader-Nutzer hören nur „Eingabefeld“ und wissen nicht, ob Name, Telefonnummer oder Postleitzahl gefragt ist. Im Checkout führt das direkt zu abgebrochenen Bestellungen. Felder, die nur einen Platzhalter haben, verwirren außerdem ältere Kunden, sobald sie zu tippen beginnen.

1-mal auf 1 Seite gefunden.

3

KRITISCH

Ein Auswahlmenü hat keine Beschriftung

Screenreader-Nutzer hören nur „Kombinationsfeld“ und wissen nicht, ob Größe, Farbe, Menge oder Land ausgewählt wird. Das kann die Auswahl einer Produktvariante oder den Abschluss der Bestellung verhindern.

1-mal auf 1 Seite gefunden.

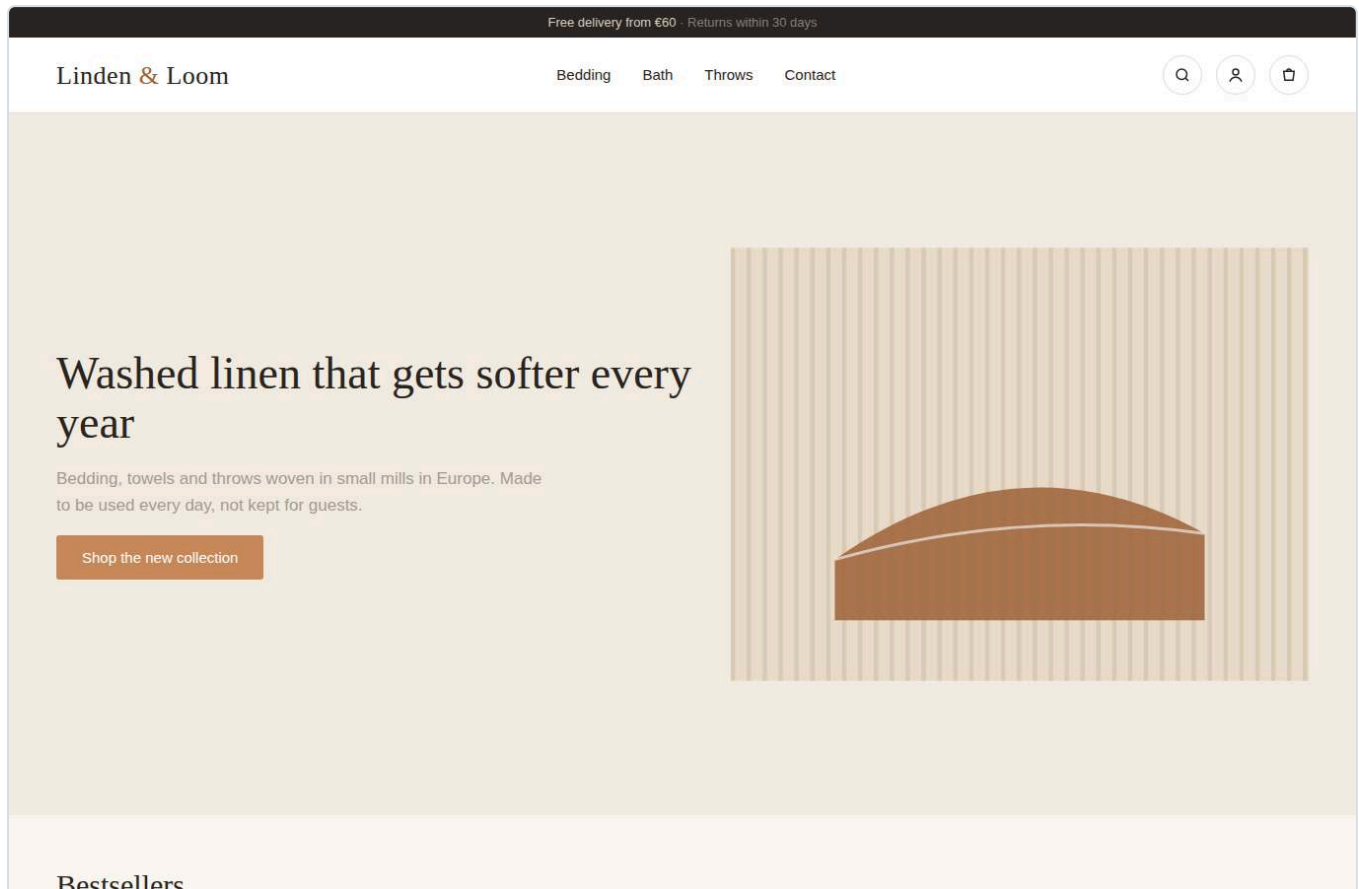
Über diesen Bericht

Dieser Bericht listet Probleme auf, die automatische Tests auf den geprüften Seiten erkennen können, gemessen an WCAG 2.2 Stufe AA, der Grundlage der europäischen Norm EN 301 549. Automatische Werkzeuge finden nur einen Teil der Barrieren; für ein vollständiges Bild ist eine Prüfung mit Tastatur und Screenreader nötig.

Automatisierte Prüfung, kein vollständiges Audit. Keine Rechtsberatung.

Einige Erklärungen in diesem Bericht sind maschinell übersetzt und wurden noch nicht von Muttersprachlern geprüft.

Alle Ergebnisse



Der erste Bildschirm von lindenloom.example, wie unser Scanner ihn gesehen hat.

Einige Schaltflächen haben keinen Namen

KRITISCH

4-mal auf 2 Seiten gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 2**

Einige Schaltflächen haben keine lesbare Beschriftung, zum Beispiel reine Icon-Buttons für „In den Warenkorb“, Suche oder Menü.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Wer einen Screenreader oder Sprachsteuerung nutzt, erkennt nicht, welche Schaltfläche in den Warenkorb legt, das Menü öffnet oder die Suche startet. Das kann einen Kauf ganz verhindern.

WEN ES BETRIFFT

blinde Kundinnen und Kunden · Screenreader-Nutzer · Nutzer von Sprachsteuerung

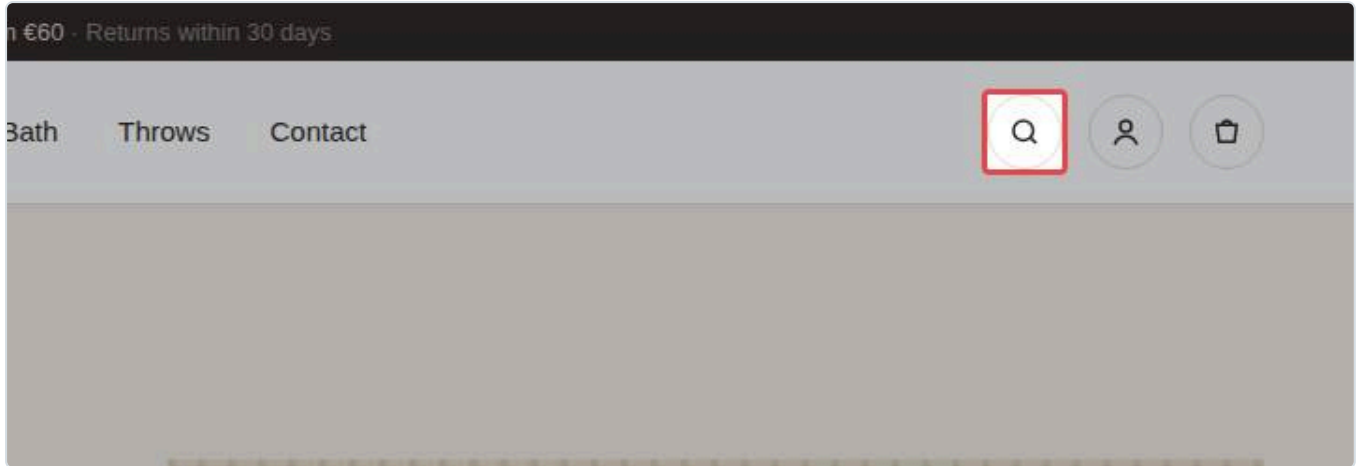
SO BEHEBEN SIE ES

Geben Sie jeder Schaltfläche einen Namen: sichtbaren Text, aria-label oder aria-labelledby mit Verweis auf sichtbaren Text. Reine Icon-Buttons brauchen ein aria-label wie "In den Warenkorb" oder "Schließen". Verlassen Sie sich nicht auf title-Attribute oder reine CSS-Icons.

Bei Woocommerce: Häufig in Themes, Page-Buildern sowie Warenkorb- oder Wunschlisten-Plugins. Ergänzen Sie Beschriftungen in den Child-Theme-Templates oder Plugin-Einstellungen; unbenannte Plugin-Buttons melden Sie dem Plugin-Entwickler.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



`https://lindenloom.example/ → button[type="button"]:nth-child(1)`



`https://lindenloom.example/product.html → .icons > button:nth-child(1)`

`https://lindenloom.example/ → .cart`

Formularfelder haben keine Beschriftung

KRITISCH

1-mal auf 1 Seite gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 1**

Einige Formularfelder haben keine Beschriftung, die assistive Technologien vorlesen können. Es ist daher unklar, was eingegeben werden soll.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Screenreader-Nutzer hören nur „Eingabefeld“ und wissen nicht, ob Name, Telefonnummer oder Postleitzahl gefragt ist. Im Checkout führt das direkt zu abgebrochenen Bestellungen. Felder, die nur einen Platzhalter haben, verwirren außerdem ältere Kunden, sobald sie zu tippen beginnen.

WEN ES BETRIFFT

blinde Kundinnen und Kunden · Screenreader-Nutzer · ältere Kundinnen und Kunden · Menschen mit kognitiven Einschränkungen · Nutzer von Sprachsteuerung

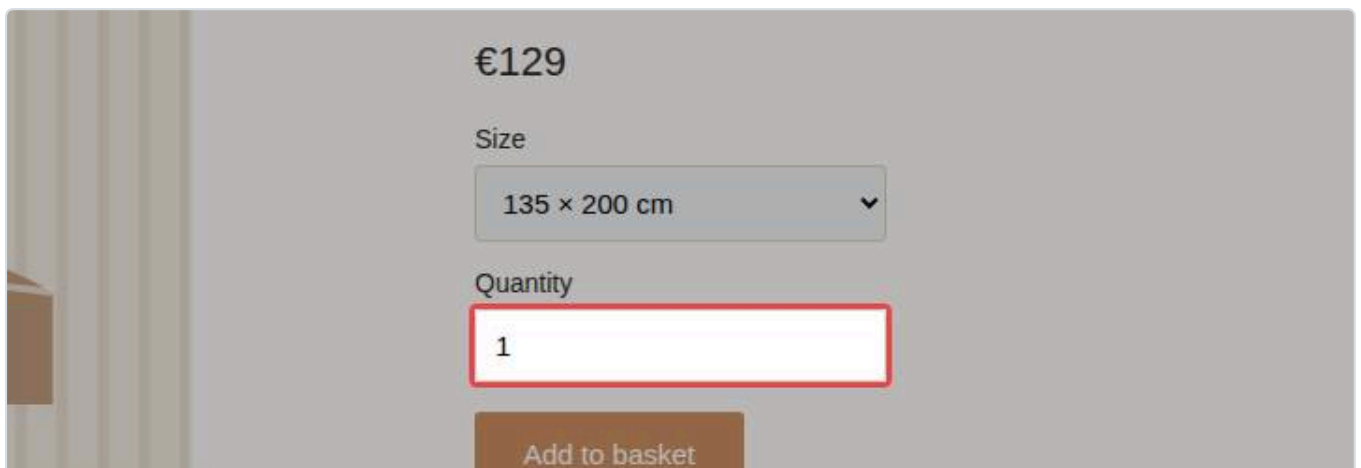
SO BEHEBEN SIE ES

Verknüpfen Sie jedes Eingabefeld mit einem sichtbaren <label for> oder umschließen Sie das Feld mit dem Label. Verwenden Sie aria-label nur, wenn ein sichtbares Label wirklich nicht möglich ist. Ein Platzhalter ist kein Label. Prüfen Sie Such-, Newsletter-, Mengen- und Checkout-Felder.

Bei WooCommerce: Prüfen Sie Checkout-, Konto- und Suchformulare im Theme sowie in Formular- oder Checkout-Plugins. Ergänzen Sie Labels in Child-Theme-Templates oder nutzen Sie Plugin-Optionen, die echte <label>-Elemente ausgeben.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



<https://lindenloom.example/product.html> → input

Ein Auswahlménü hat keine Beschriftung

KRITISCH

1-mal auf 1 Seite gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 1**

Ein Auswahlménü (Dropdown) hat keine Beschriftung, die assistive Technologien vorlesen können.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Screenreader-Nutzer hören nur „Kombinationsfeld“ und wissen nicht, ob Größe, Farbe, Menge oder Land ausgewählt wird. Das kann die Auswahl einer Produktvariante oder den Abschluss der Bestellung verhindern.

WEN ES BETRIFFT

blinde Kundinnen und Kunden · Screenreader-Nutzer · Nutzer von Sprachsteuerung · Menschen mit kognitiven Einschränkungen

SO BEHEBEN SIE ES

Verknüpfen Sie jedes `<select>` mit einem sichtbaren `<label for>` oder verwenden Sie `aria-labelledby` mit Verweis auf sichtbaren Text. `aria-label` nur, wenn kein sichtbares Label möglich ist. Prüfen Sie Variantenauswahl, Sortierung und Länderauswahl.

Bei WooCommerce: Meist Variantenauswahl, Sortier-Dropdowns oder Plugin-Widgets. Ergänzen Sie Labels in Child-Theme-Templates oder nutzen Sie Plugin-Einstellungen, die korrekte Labels ausgeben.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



<https://lindenloom.example/product.html> → select

Text ist wegen zu geringen Kontrasts schwer lesbar

SCHWERWIEGEND

19-mal auf 3 Seiten gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 8**

Einige Texte sind zu hell für ihren Hintergrund, zum Beispiel grauer Text auf Weiß oder weißer Text auf einem blassen Button.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Kunden, die weniger scharf sehen, ältere Menschen und alle, die das Smartphone im Freien nutzen, übersehen womöglich Preise, Lieferbedingungen oder Button-Beschriftungen. Schwer lesbarer Text führt zu Zögern und abgebrochenen Warenkörben.

WEN ES BETRIFFT

Menschen mit Sehschwäche · ältere Kundinnen und Kunden · Menschen mit Farbsehschwäche · Smartphone-Nutzer bei hellem Licht

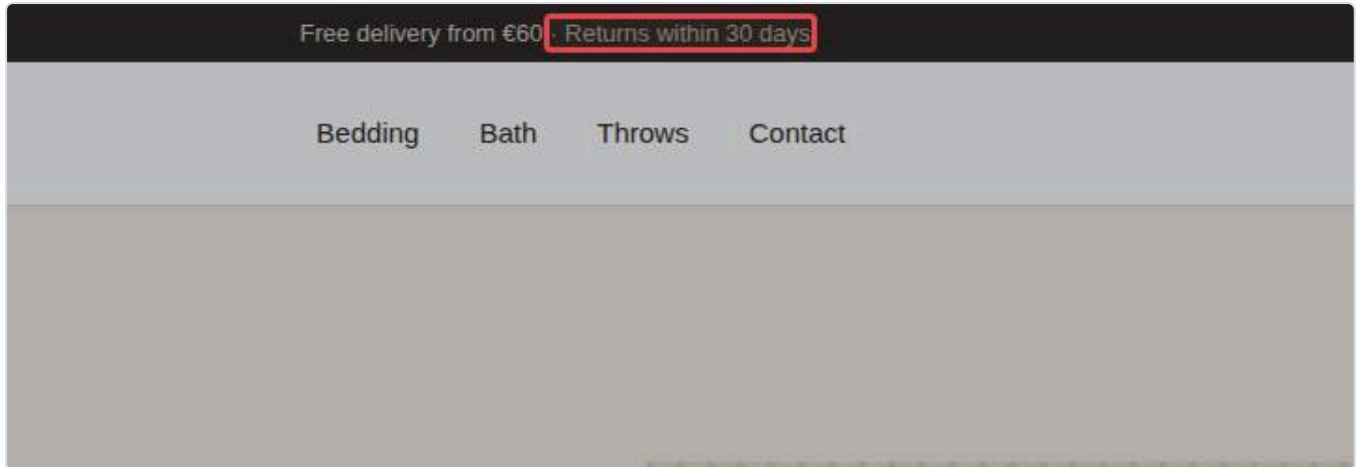
SO BEHEBEN SIE ES

Sorgen Sie für ein Kontrastverhältnis von mindestens 4.5:1 bei normalem Text und 3:1 bei großem Text (24px oder 18.66px fett). Prüfen Sie Platzhalter, deaktiviert wirkende Zustände, Text auf Bildern und Rabatt-Badges. Passen Sie Farben in den Design-Tokens oder im CSS an statt Element für Element.

Bei Woocommerce: Meist durch das aktive Theme oder den Page-Builder festgelegt. Ändern Sie die Farben im Customizer oder in den globalen Stilen des Themes oder überschreiben Sie sie im CSS eines Child-Themes, damit Updates die Korrektur nicht rückgängig machen.

WCAG 2.2 1.4.3 (AA) Contrast (Minimum) · EN 301 549 9.1.4.3

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



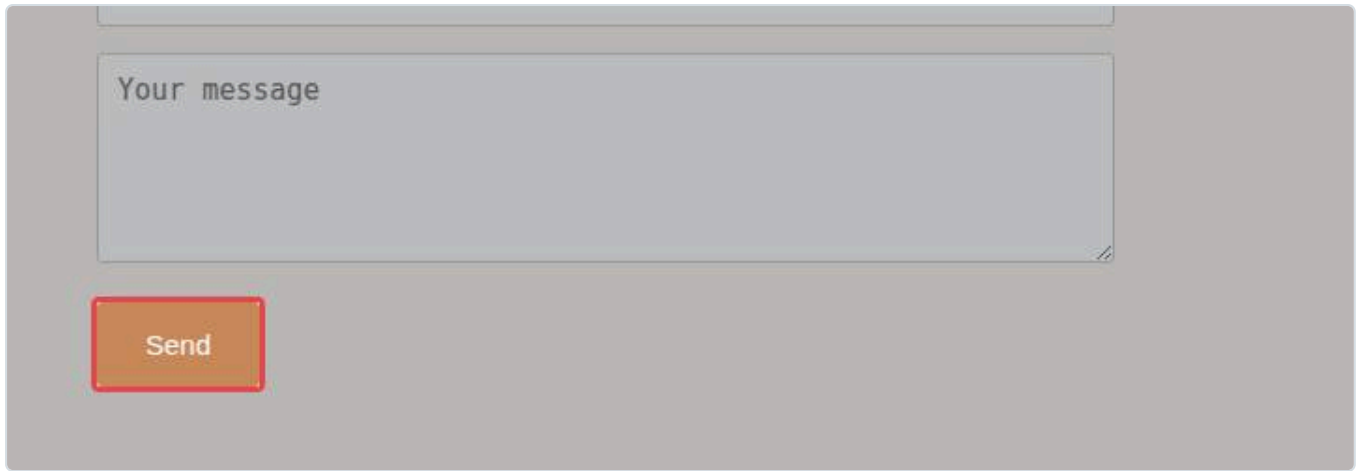
Aa Kontrast 3,93 : 1, nötig sind mindestens 4,5 : 1 Text #8c8178 auf #2b2622

<https://lindenloom.example/> → .bar > span



Aa Kontrast 3,93 : 1, nötig sind mindestens 4,5 : 1 Text #8c8178 auf #2b2622

<https://lindenloom.example/product.html> → .bar > span



Aa Kontrast 2,88 : 1, nötig sind mindestens 4,5 : 1 Text #ffffff auf #c98a5b
<https://lindenloom.example/contact.html> → button

Bilder haben keine Textbeschreibung

SCHWERWIEGEND

5-mal auf 1 Seiten gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 3**

Einige Bilder haben keinen Alternativtext. Wer sie nicht sehen kann, erfährt nicht, was sie zeigen.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Screenreader-Nutzer hören nichts oder einen Dateinamen wie „IMG_2041.jpg“ statt des Produkts, der Farbe oder des Angebots. Sie übersehen womöglich wichtige Details und wechseln zu einem Shop, der seine Produkte beschreibt.

WEN ES BETRIFFT

blinde Kundinnen und Kunden · Screenreader-Nutzer · Menschen mit deaktivierten Bildern oder langsamer Verbindung

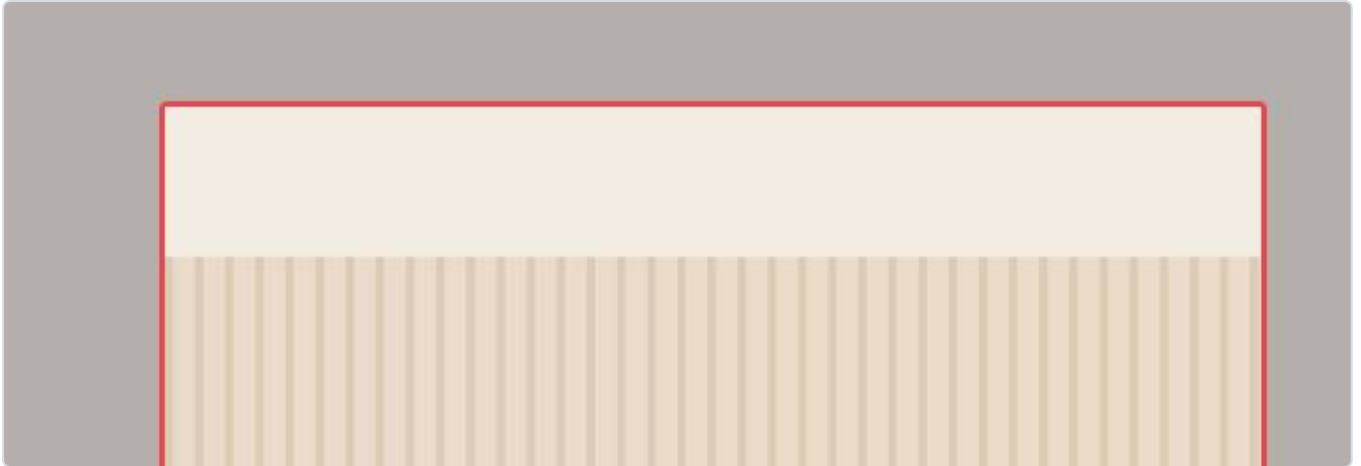
SO BEHEBEN SIE ES

Ergänzen Sie an jedem ein alt-Attribut. Beschreiben Sie in einer kurzen Formulierung, was für den Kauf wichtig ist (Produkt, Farbe, wichtiges Detail). Verwenden Sie alt="" für rein dekorative Bilder, damit sie übersprungen werden. Kein „Bild von“ und keine Keyword-Häufung.

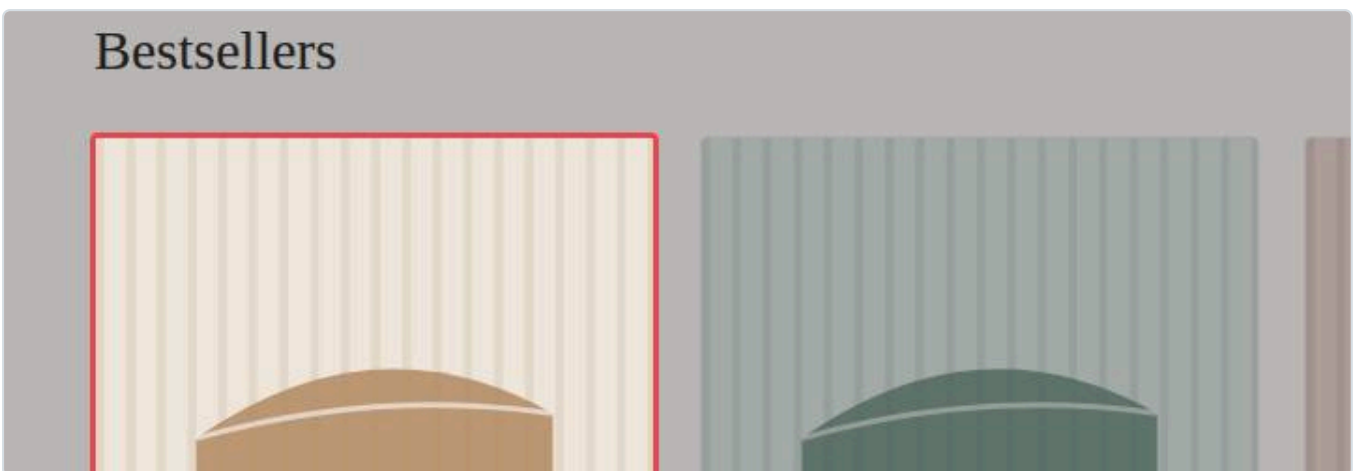
Bei Woocommerce: Füllen Sie das Feld „Alternativer Text“ in der WordPress-Mediathek aus und prüfen Sie, ob Theme oder Page-Builder ihn ausgeben. Bilder aus Plugins oder Slidern brauchen unter Umständen eigene alt-Einstellungen.

WCAG 2.2 1.1.1 (A) Non-text Content · EN 301 549 9.1.1.1

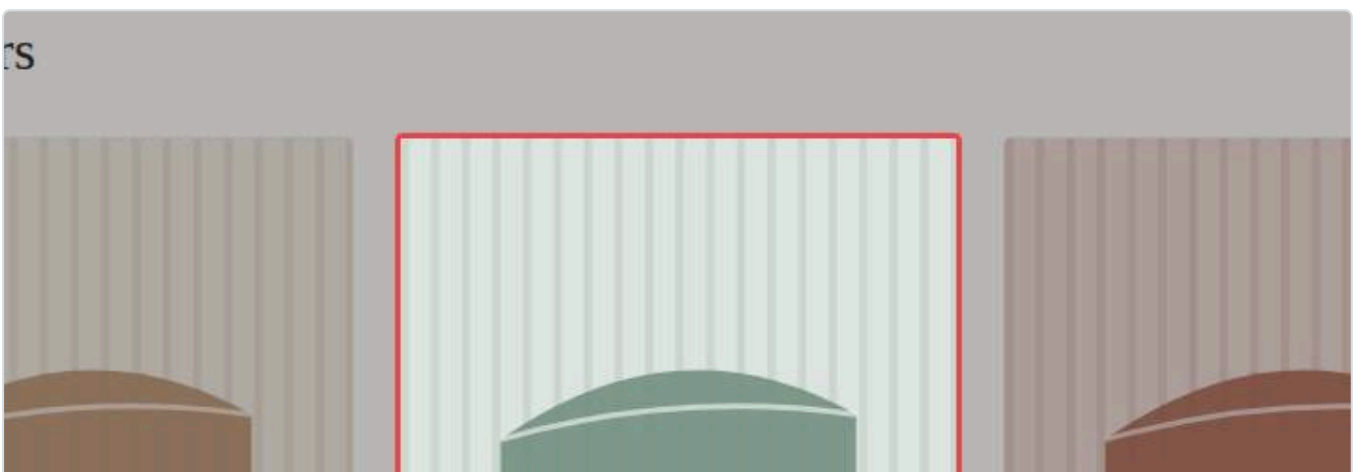
WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



`https://lindenloom.example/ → img[src$="hero.svg"]`



`https://lindenloom.example/ → img[src$="duvet.svg"]`



`https://lindenloom.example/ → img[src$="towel.svg"]`

Einige Links sagen nicht, wohin sie führen

SCHWERWIEGEND

3-mal auf 1 Seiten gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 2**

Einige Links haben keinen lesbaren Text, oft Icons wie ein Warenkorb, ein Herz oder ein Logo ohne Textbeschriftung.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Screenreader-Nutzer hören nur „Link“ und können nicht erkennen, ob er den Warenkorb, das Kundenkonto oder Instagram öffnet. Sie verlieren Zeit oder finden Warenkorb oder Kontaktseite gar nicht.

WEN ES BETRIFFT

blinde Kundinnen und Kunden · Screenreader-Nutzer · Nutzer von Sprachsteuerung

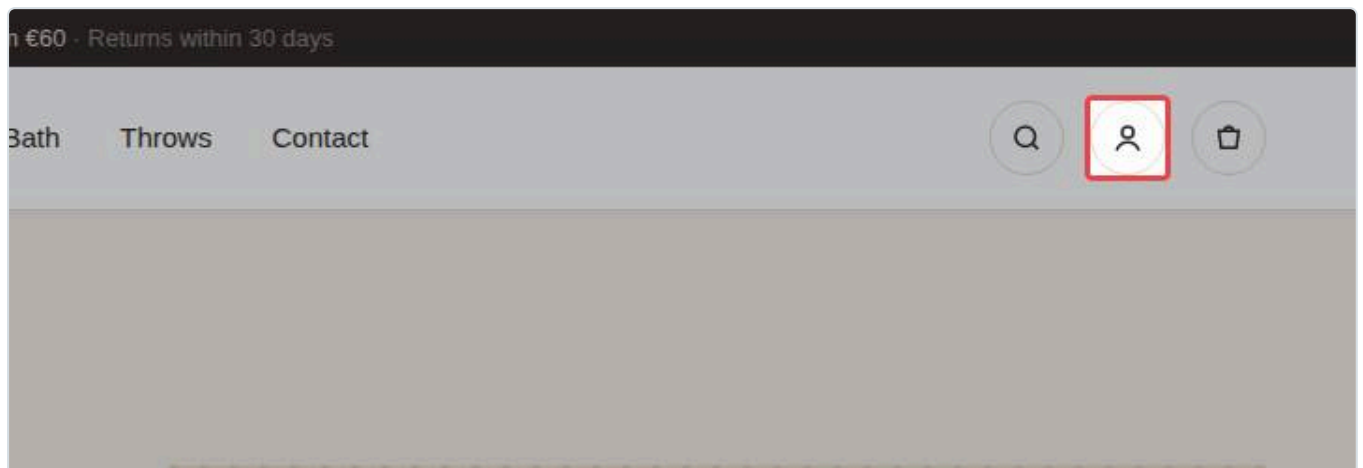
SO BEHEBEN SIE ES

Geben Sie jedem Link einen Textnamen: sichtbaren Text, Alternativtext an einem Bild im Link oder aria-label bei reinen Icon-Links. Der Name sollte das Ziel beschreiben, zum Beispiel "Warenkorb, 2 Artikel". Blenden Sie dekorative Icons mit aria-hidden="true" aus.

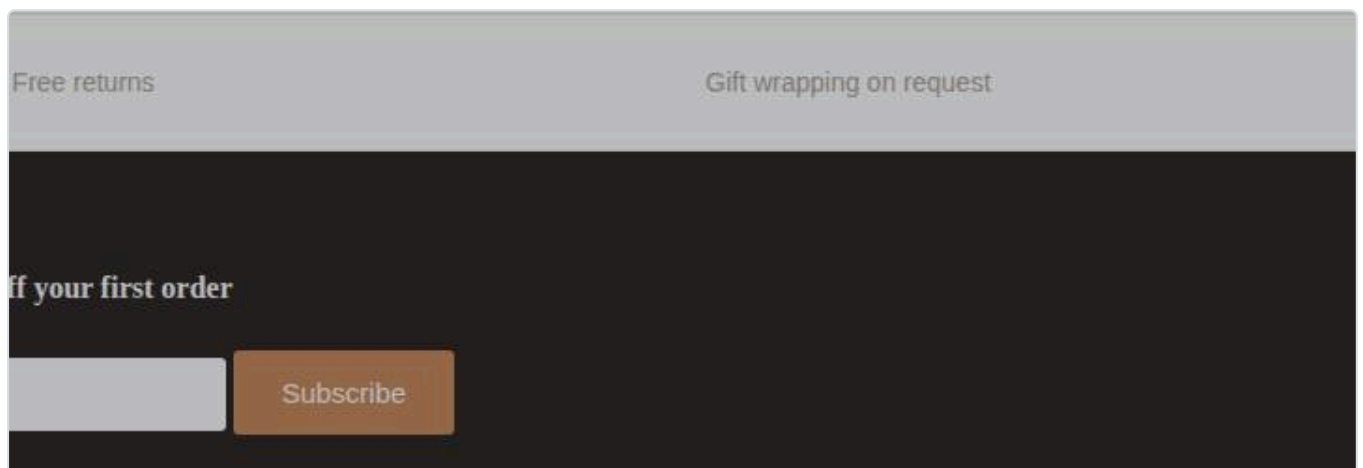
Bei Woocommerce: Oft Icon-Links aus dem Theme-Header, einem Mini-Warenkorb oder einem Social-Icons-Plugin. Ergänzen Sie Textbeschriftungen in den Theme- oder Child-Theme-Templates oder wählen Sie Plugin-Einstellungen, die zugängliche Beschriftungen ausgeben.

WCAG 2.2 2.4.4 (A) Link Purpose (In Context) · WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.2.4.4, 9.4.1.2

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



`https://lindenloom.example/ → .icons > a[href$="contact.html"]`



`https://lindenloom.example/ → a[href$="contact.html"]:nth-child(1)`

`https://lindenloom.example/ → .social > a[href$="contact.html"]:nth-child(2)`

Formularfelder werden nicht automatisch ausgefüllt

MITTEL

1-mal auf 1 Seite gefunden.

Einige Formularfelder verwenden autocomplete-Werte, die ungültig sind oder nicht zum Feld passen. Browser können sie deshalb nicht automatisch ausfüllen.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Kunden müssen Adresse, Telefonnummer und E-Mail von Hand eintippen. Menschen mit motorischen Einschränkungen oder Gedächtnisproblemen trifft das am stärksten, und ein mühsamer Checkout kostet bei allen Bestellungen.

WEN ES BETRIFFT

Menschen mit motorischen Einschränkungen · Menschen mit kognitiven Einschränkungen · Kunden auf dem Smartphone · alle Kunden im Checkout

SO BEHEBEN SIE ES

Verwenden Sie gültige autocomplete-Werte aus der HTML-Spezifikation, die zum Feld passen, zum Beispiel "email", "given-name", "postal-code", "tel". Korrigieren Sie Tippfehler und erfundene Werte; "off" nur dort, wo automatisches Ausfüllen falsch wäre.

Bei Woocommerce: Prüfen Sie Checkout- und Kontofelder von Theme und Plugins, besonders Plugins für eigene Checkout-Felder. Korrigieren Sie die Werte in den Plugin-Einstellungen oder in Child-Theme-Templates.

WCAG 2.2 1.3.5 (AA) Identify Input Purpose · EN 301 549 9.1.3.5

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN

`https://lindenloom.example/contact.html → input[type="email"]`

Links im Fließtext sehen aus wie normaler Text

MITTEL

1-mal auf 1 Seite gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 1**

Einige Links in Absätzen sind nur durch eine andere Farbe erkennbar, ohne Unterstreichung oder sonstige sichtbare Kennzeichnung.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Menschen mit Farbsehschwäche oder Sehschwäche bemerken Links zu Lieferbedingungen, Größentabellen oder Rücksendungen womöglich nicht und verpassen Informationen, die sie brauchen.

WEN ES BETRIFFT

Menschen mit Farbsehschwäche · Menschen mit Sehschwäche · ältere Kundinnen und Kunden

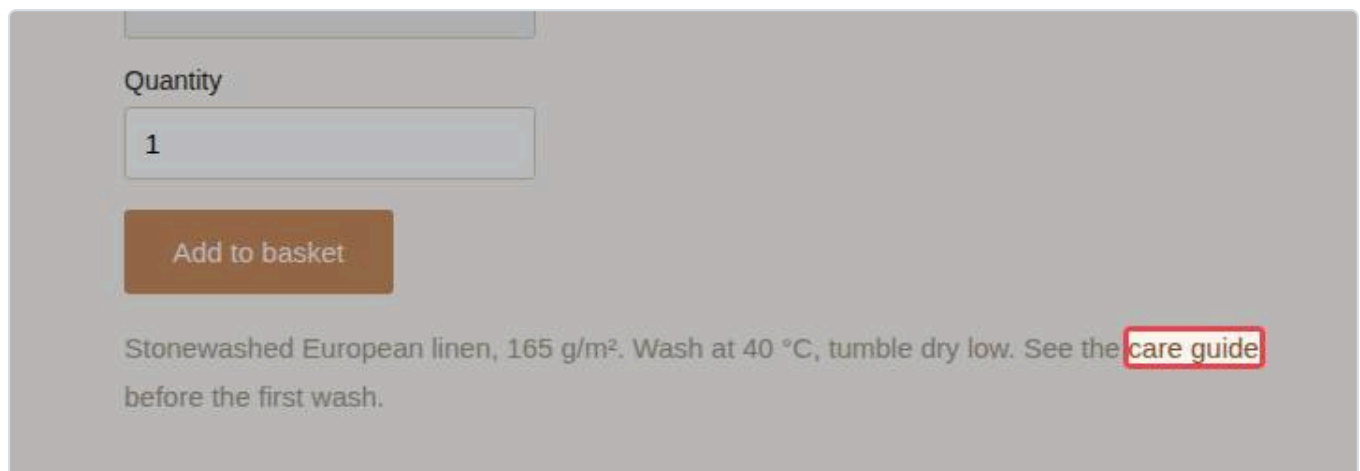
SO BEHEBEN SIE ES

Unterstreichen Sie Links im Fließtext oder kennzeichnen Sie sie auf andere Weise als nur durch Farbe. Wenn Sie sich allein auf Farbe verlassen, braucht der Link mindestens 3:1 Kontrast zum umgebenden Text sowie eine sichtbare Veränderung bei Hover und Fokus.

Bei WooCommerce: Meist entfernen Theme- oder Block-Editor-Stile die Unterstreichung. Stellen Sie sie für Links in Inhaltsbereichen über den Customizer, die globalen Stile oder das CSS eines Child-Themes wieder her.

WCAG 2.2 1.4.1 (A) Use of Color · EN 301 549 9.1.4.1

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



`https://lindenloom.example/product.html → .desc > a[href$="contact.html"]`

Einige Überschriften sind nur fatter oder größer Text

MITTEL

1-mal auf 1 Seite gefunden. **seit der letzten Prüfung neu: 1**

Einige Absätze sehen wie Überschriften aus, weil sie fett, kursiv oder größer sind, im Code sind sie aber gewöhnlicher Text und keine echten Überschriften.

WAS DAS FÜR IHRE KUNDEN BEDEUTET

Blinde Kundinnen und Kunden springen oft von Überschrift zu Überschrift, um Abschnitte wie „Beschreibung“, „Versand“ oder „Bewertungen“ zu finden. Unechte Überschriften sind für diese Navigation unsichtbar, sodass sie die ganze Seite anhören müssen und wichtige Informationen verpassen können.

WEN ES BETRIFFT

blinde Kundinnen und Kunden · Screenreader-Nutzer · Menschen, die mit Tastenkürzeln navigieren

SO BEHEBEN SIE ES

Machen Sie Text, der als Abschnittstitel dient, zu einer echten Überschrift (<h2>, <h3> usw.) in logischer Reihenfolge und gestalten Sie das Aussehen per CSS. Wählen Sie in Editoren im Formatmenü „Überschrift 2“ oder „Überschrift 3“, statt Text fett oder größer zu machen. Ist der Text keine Überschrift, lassen Sie ihn als Absatz: axe stuft diese Prüfung als experimentell ein und markiert manchmal fette Einleitungssätze.

Bei Woocommerce: Meist in Produktbeschreibungen oder Inhalten aus dem Page Builder. Nutzen Sie den Block „Überschrift“ im Block-Editor oder das Überschriften-Widget Ihres Page Builders statt eines fetten Absatzes.

WCAG 2.2 1.3.1 (A) Info and Relationships · EN 301 549 9.1.3.1

WO WIR ES GEFUNDEN HABEN



<https://lindenloom.example/product.html> → .price

Empfehlungen über WCAG 2.2 AA hinaus

Über das Niveau WCAG 2.2 AA hinaus, auf das sich die Gesetze stützen. Nicht als Probleme gezählt; die Behebung macht die Website leichter nutzbar.

Empfehlung	Elemente
Einige Inhalte liegen außerhalb der Hauptbereiche der Seite Teile der Seite befinden sich nicht in Landmarks wie Kopfbereich, Navigation, Hauptinhalt oder Fußbereich. Dies ist eine empfohlene Praxis über das Niveau WCAG 2.2 AA hinaus.	2
Text erreicht nicht den erhöhten Kontrast (AAA) (WCAG AAA) Manche Texte erfüllen den Basis-Kontrast, aber nicht die strengere Stufe: 7:1 für normalen und 4.5:1 für großen Text. Das ist eine Empfehlung über WCAG AA hinaus, keine Pflichtanforderung.	1

Anhang für Entwickler

Alle Elemente, die die automatische Prüfung markiert hat, nach Seiten. Regelnamen sind axe-core-Kennungen.

<https://lindenloom.example/>

Regel	Element
button-name	button[type="button"]:nth-child(1)
button-name (neu)	.cart
color-contrast	.bar > span
color-contrast (neu)	.lead
color-contrast (neu)	.btn[href\$="product.html"]
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(1) > .body > .price
color-contrast (neu)	.card[href\$="product.html"]:nth-child(2) > .body > .price
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(3) > .body > .price
color-contrast	.sale
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(4) > .body > .price
color-contrast	.usp > span:nth-child(1)
color-contrast	.usp > span:nth-child(2)
color-contrast	span:nth-child(3)
color-contrast	button[type="submit"]
color-contrast	footer > span:nth-child(1)
image-alt	img[src\$="hero.svg"]
image-alt (neu)	img[src\$="duvet.svg"]
image-alt (neu)	img[src\$="towel.svg"]
image-alt (neu)	img[src\$="throw.svg"]
image-alt	img[src\$="pillow.svg"]
link-name	.icons > a[href\$="contact.html"]
link-name (neu)	a[href\$="contact.html"]:nth-child(1)
link-name (neu)	.social > a[href\$="contact.html"]:nth-child(2)

<https://lindenloom.example/product.html>

Regel	Element
button-name	.icons > button:nth-child(1)
button-name (neu)	.cart
color-contrast (neu)	.bar > span
color-contrast (neu)	.btn
color-contrast (neu)	.desc
color-contrast	footer > span

Regel	Element
label (neu)	input
link-in-text-block (neu)	.desc > a[href\$="contact.html"]
p-as-heading (neu)	.price
select-name (neu)	select

<https://lindenloom.example/contact.html>

Regel	Element
autocomplete-valid	input[type="email"]
color-contrast (neu)	button
color-contrast (neu)	span