

Wat hoop je uit deze webinar te leren?

Laat het alvast weten via de chat 

Eerste hulp bij Webtoegankelijkheid

De webinar start zo meteen.

statik



Eerste hulp bij Webtoegankelijkheid

Webinar

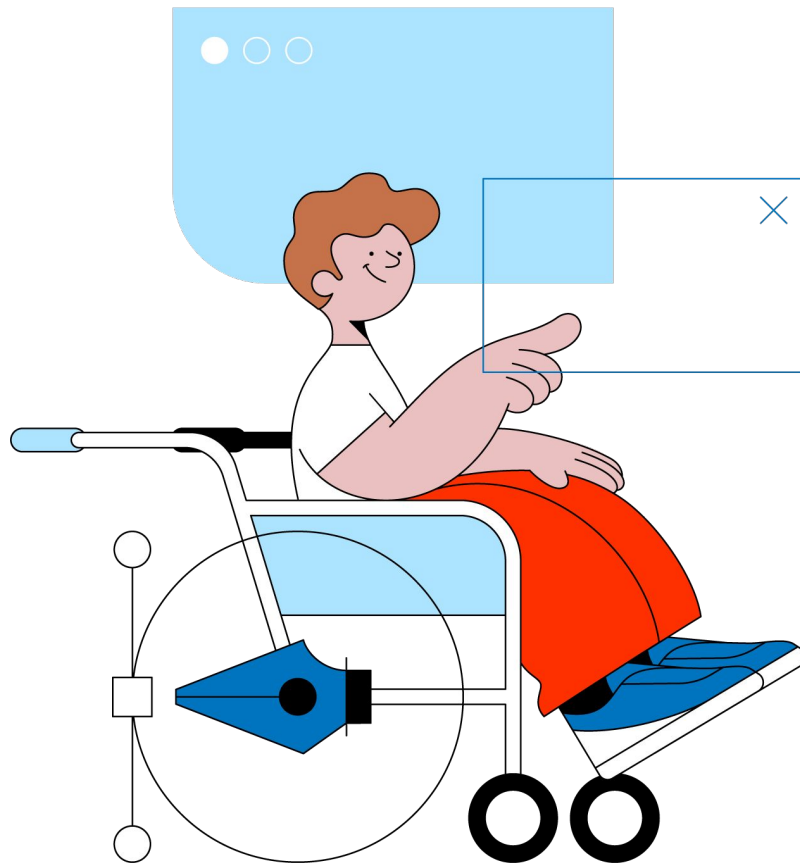
DATUM

16 mei 2024

CONTACT

Annelies Goossens
annelies@statik.be

Anton Lecock
anton@statik.be



Wie zijn wij?

Twee collega's met een passie voor het web, strategische content, gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid.



Annelies Goossens

Online strateeg

[Annelies op LinkedIn](#)



Anton Lecock

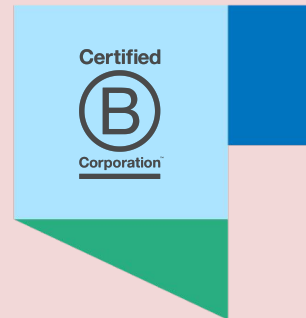
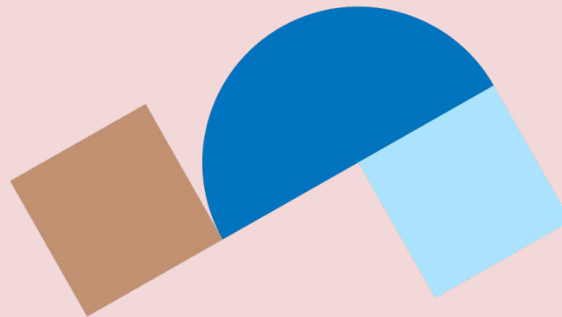
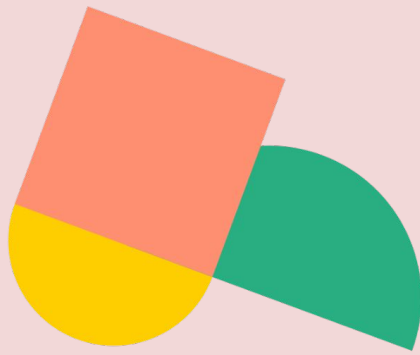
Informatie-architect

[Anton op LinkedIn](#)

Over Statik

Wij helpen organisaties met **toegankelijke technologie**.

statik



Over Statik

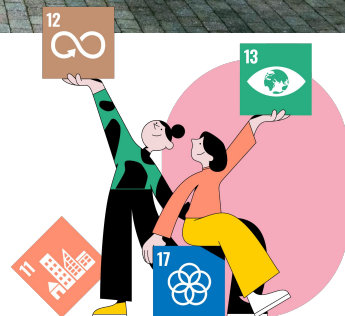
Bij Statik geloven we in business as a force for good.

We bereiden organisaties en bedrijven voor op de duurzame wereld van morgen.

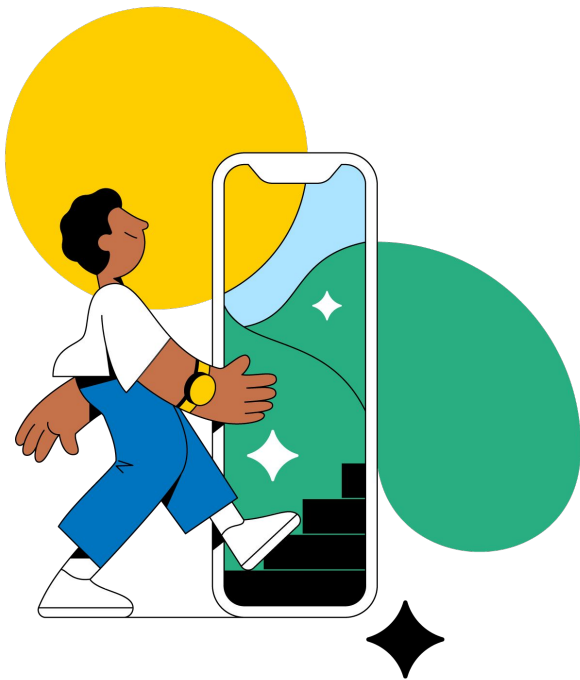
We helpen hen groeien met doeltreffende strategieën, websites, digitale producten en communicatiecampagnes.



statik



Spelregels



statik

Wat kan je verwachten?

- De basis: wat is webtoegankelijkheid? Waarom is het belangrijk?
- Concrete tips om je website toegankelijker te maken
- Deze webinar duurt ongeveer 45 minuten.
- Heb je een vraag? Zet die gerust in de chat. We overlopen ze na de presentatie!
- Je ontvangt de opname van de webinar en de slides na afloop, check dus zeker je mailbox.

Vandaag

1

De basis

Wat? Waarom? Hoe?

2

Praktisch

Wat kan *jij* doen?

3

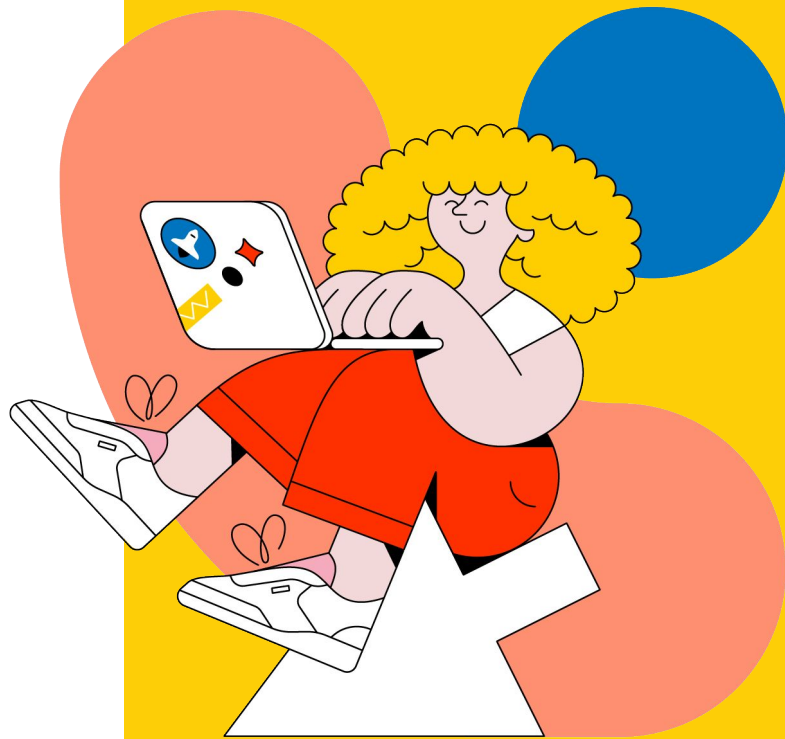
Vragen

Want discussie is belangrijk.

1. De basis

IN HET KORT

- Wat is webtoegankelijkheid?
- Waarom is het zo belangrijk?
- Wat zegt de wet?



**Alles wat digitaal is, moet 'bruikbaar zijn voor iedereen'.
Óók voor mensen met een beperking.**

Wat is webtoegankelijkheid?

Webtoegankelijkheid gaat over **alles wat digitaal** is:

webpagina's, e-mails, apps, advertenties, afbeeldingen,
documenten, pdf's, presentaties, touch-screens, ...

Wat is webtoegankelijkheid?

Webtoegankelijkheid gaat over **alles wat digitaal** is:

webpagina's, e-mails, apps, advertenties, afbeeldingen,
documenten, pdf's, presentaties, touch-screens, ...

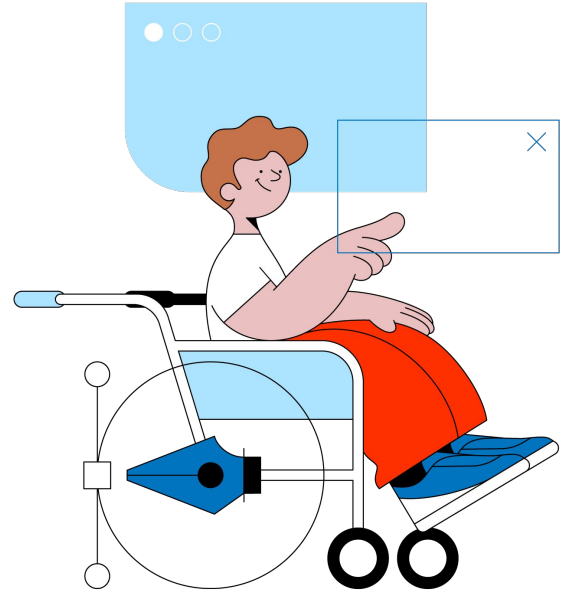
Toegankelijk betekent '**bruikbaar en bereikbaar voor iedereen**'.

Ook voor personen met een beperking.

Waarom is het zo belangrijk?

Ongeveer **15%** van de wereldbevolking heeft een vorm van beperking of handicap:

- Visueel
- Auditief
- Motorisch
- Cognitief
- Vestibulair



Visueel – “zien”

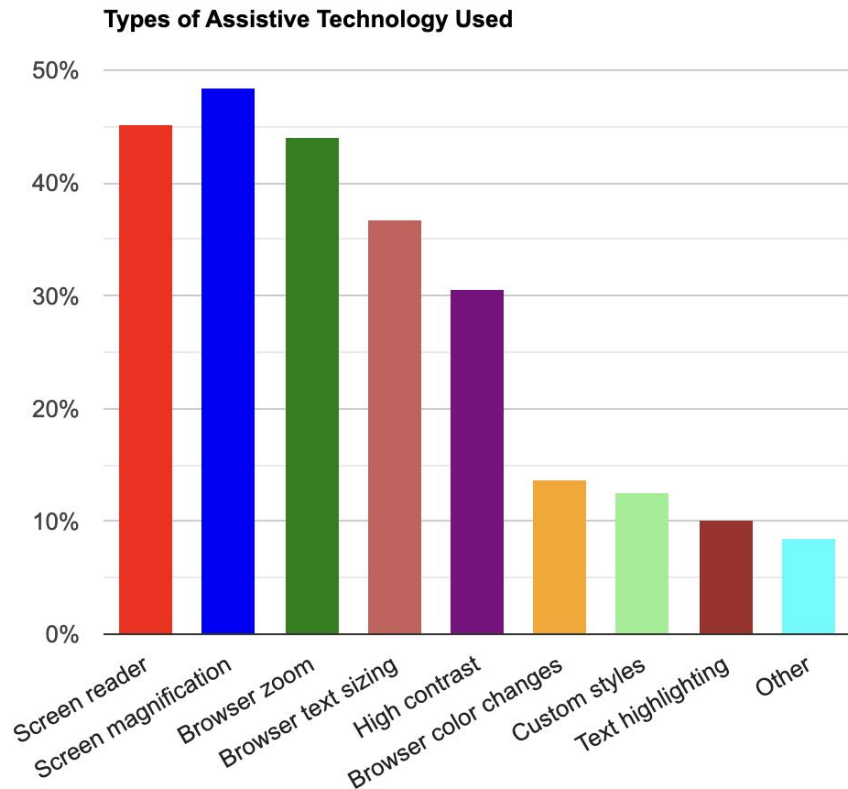
blindheid, beperkt zicht, kleurenblindheid, ...

Oplossingen:

- Screen readers: text-to-speech zoals JAWS, NVDA, VoiceOver, ... of text-to-Braille (Brailleleesregel)
- Tekst of beeldvergroting en zoom
- Verhoogde contrasten
- Toegankelijkheid voor toetsenbord



Visueel – “zien”



Low Vision Survey (2018):

- Meerderheid combineert verschillende oplossingen.
- Kanttekening: n = 248, waarvan ~70% aangeeft 'advanced' internet gebruiker te zijn

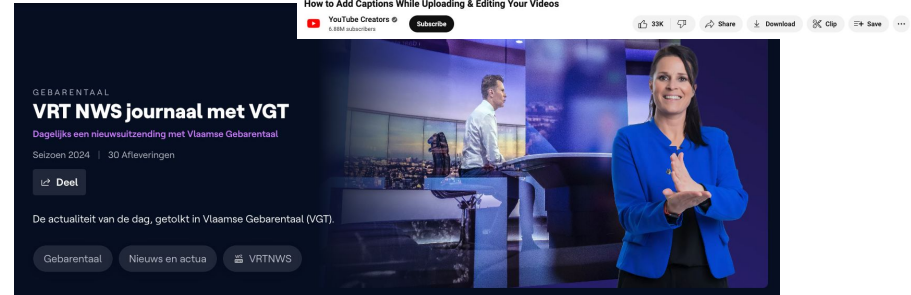
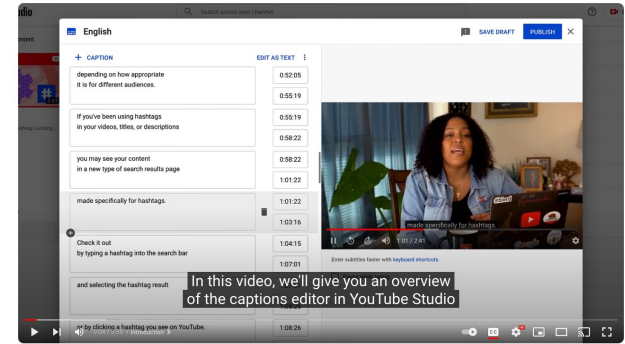


Auditief – “horen”

Doofheid of slechthorendheid, moeite met horen

Oplossingen:

- Captions bij multimedia (video met audio)
- Transcriberen van audio
- Visuele cues bij meldingen die te horen zijn
- ...



Motorisch – “bewegen”

Verlamming, ledematen, moeite met spiercontrole, tremor, houdingen, ...

Oplossingen:

- Allerlei toegankelijke oplossingen om aanduiden zonder handen mogelijk te maken: bv. head wand, mouth stick, single switch knop, eye tracking, spraakherkenning, ...
- Toegankelijkheid voor toetsenbord
- ...



Hello, my name is Jared.

Cognitief – “begrijpen”

Concentratie, geheugen, lezen en begrijpen, ...

Oplossingen:

- Duidelijke taal, ondubbelzinnigheid, nuttige foutmeldingen en assistentie bij complexe processen
- Belangrijke elementen benadrukken
- Structuur toepassen en standaarden respecteren, witruimte voorzien
- ...

Vestibulair – “balanceren”

Evenwicht, duizeligheid, epilepsie ...

Oplossingen:

- Flitsende beelden vermijden
- Waarschuwingen bij flitsende beelden
- Reduced-motion instellingen
- ...

Waar nog rekening mee houden?

- 2 miljoen Belgen zijn **jonger dan 18**
- 1 miljoen Belgen zijn **ouder dan 75**
- Niet iedereen heeft altijd een (vlotte) toegang tot snel internet of tot geschikte **toestellen** om op het internet te surfen.
- Niet iedereen **leest** vlot Nederlands of **begrijpt** alles even goed: 15% van inwoners Vlaanderen “laaggeletterd”
- Denk ook aan **tijdelijke of situationele** beperkingen

De bedoeling van digitale toegankelijkheid?

**Een gelijkwaardige kwalitatieve (digitale)
dienstverlening proberen aanbieden.**

Toegankelijk denken betekent inclusief denken

Toegankelijkheid is belangrijk. **Inclusie** is essentieel.

Zorg dat niemand **uitgesloten** raakt door de **digitalisering** van de samenleving.

Inclusion by design: als je nieuwe dingen maakt, doe dat meteen met die toegankelijkheid in achterhoofd.



Toegankelijkheid als opportuniteit

Voor een organisatie:

Groter bereik, meer mensen kunnen gebruik maken van het platform of toepassing.

Voor het individu en de maatschappij:

Toegankelijkheid werkt drempelverlagend en biedt kansen

Wat zegt de wet?

Alle websites en mobiele applicaties van overheidsorganisaties moeten sinds 2020 voldoen aan de acceptatiecriteria van **niveau AA van de WCAG 2.1**.

WCAG?

- **Web Content Accessibility Guidelines** (WCAG).
- Opgesteld door **W3C**, The World Wide Web Consortium
- Internationale community die open standaarden ontwikkelt om de groei en bloei van het web te garanderen.
- **Versie 2.1** (2018) als **maatstaf voor Europese richtlijn**.
- **Versie 2.2** (okt 2023) is ondertussen **gestandaardiseerd**.

Wat zegt de wet?

Wie moet vandaag voldoen?

Federale, regionale en lokale overheden en publiekrechtelijke instellingen.

Zij mogen voortaan enkel toegankelijke sites en toepassingen creëren:

- Tekst en informatie, downloadbare documenten en formulieren, ...
- Interactie zoals authenticatie, digitale formulieren, betalingen, ...

Wat zegt de wet?

Addendum: Europese Toegankelijkheidswet 2025

- European Accessibility Act (EAA)
- Voor onder andere:
 - Personenvervoer: bussen, treinen, boten, luchtvaart, ...
 - Geldautomaten, ticket- en registratiemachines, ...
 - Telefoondiensten, bankdiensten, e-commerce, ...
 - ...

Wat is “toegankelijk” volgens de huidige wetgeving? (1)

Toegankelijk
=
voldoen aan niveau **A** en **AA**
van de **WCAG versie 2.1**

Wat is “toegankelijk” volgens de huidige wetgeving? (2)

Ook **toegankelijkheidsverklaring** nodig:

- Conformiteitsniveau toelichten:
niet / gedeeltelijk / volledig
- Toegankelijke alternatieven voorstellen
- Klachtenprocedure toelichten
- Verwijzen naar instantie die kan optreden bij overtreding



2. Praktisch

IN HET KORT

- Voldoende contrast
- Tekstuele alternatieven
- Semantische structuur
- Zinnige knoppen en links
- Begrijpbare teksten



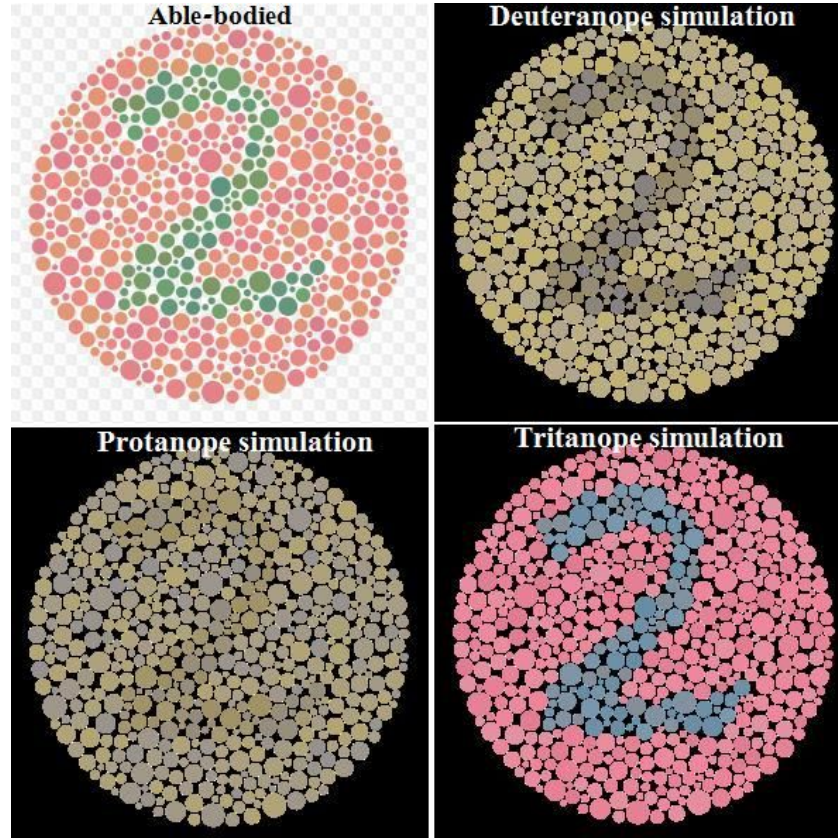
Zorg voor voldoende contrast

Voorzie voldoende contrast in je webdesign, social media visuals, nieuwsbrieven... Gebruik kleur niet als enige methode om content te onderscheiden.

Waarom?

- Mensen met bepaalde vormen van kleurenblindheid nemen moeilijk contrasten tussen kleur waar.
 - 8% van alle mannen
 - 0,5% van alle vrouwen
 - 99% van de gevallen: rood-groen
- Onderscheid in 'helderheid' (luminantie) is dus belangrijk!

Contrasten



Zorg voor voldoende contrast

Ter referentie:

- Wit tegen wit: **1:1**
- Wit tegen zwart: **21:1 (maximum)**

Enkele voorbeelden:

- Dit **blauw** tegen wit: **2.54 (onvoldoende voor AA)**
- Dit **groen** tegen wit: **1.58 (onvoldoende voor AA)**
- Dit **groen** tegen wit: **5.53 (voldoende voor AA)**

Zorg voor voldoende contrast

Hoe?

- **Goede contrastratio (niveau AA):**
 - 4.5:1 voor alle tekst
 - 3.0:1 voor grote tekst (>24px of >18px bold)
- **Super contrastratio (niveau AAA):**
 - 7.0:1 voor alle tekst
 - 4.5:1 voor grote tekst (>24px of >18px bold)

Zorg voor voldoende contrast

Welke combinatie heeft hoogste contrastratio?

Grijs op wit

Wit op paars

Blauw op grijs

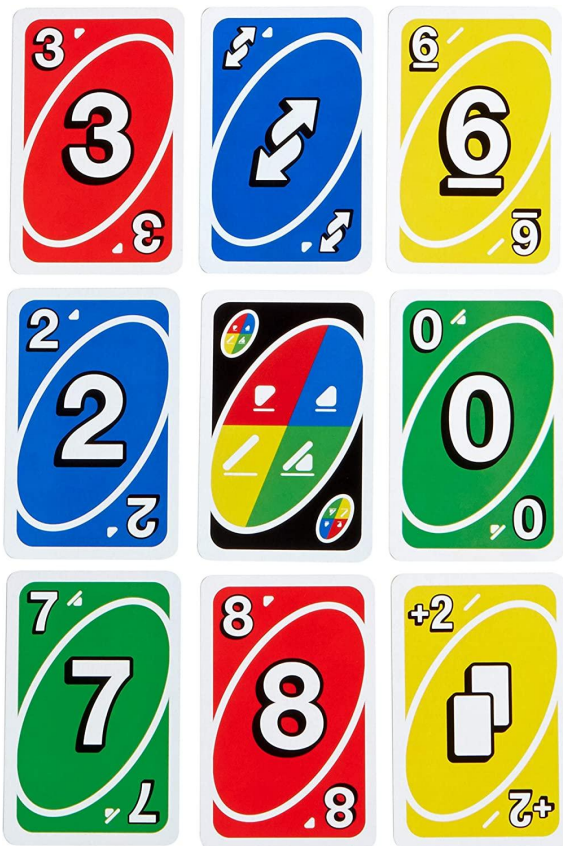
Rood op geel

Zorg voor voldoende contrast

Tools om contrast te checken:

- Pika (voor macOS)
- Accessibility Insights (voor Windows)
- WebAIM contrast checker (online)
- TPGi Color Contrast Analyser (macOS of Windows)
- Extensies voor browsers
- “Inspect element” in browser, bv. DevTools Chrome
- ...

Gebruik nooit alleen maar kleur



Let's create your account.

Signing up for Square is fast and free — no commitments or long-term contracts.



Just the basics

Tell us about your business so we can serve you better.



No credit checks

We'll need the last four numbers of your SSN to verify your identity.



Get your free magstripe reader

When you're done, we'll drop your free Square Reader for magstripe in the mail.

Enter your email



Enter the email address you want to use to create your new account



Show

Confirm your email



Enter your email address twice to confirm it's correct

Country

 Belgium



By continuing, you agree to the [Seller Agreement](#) and [Privacy Policy](#).

CONTINUE

This site is protected by reCAPTCHA Enterprise and the Google [Privacy Policy](#) and [Terms of Service](#) apply.

Already have a Square account? [Sign in](#).

Maak afbeeldingen 'leesbaar'

Voorzie inhoudelijk belangrijke afbeeldingen en multimedia van alternatieve tekst.

Waarom?

- Screen readers lezen alternatieve (alt-)tekst voor. Maar ook: indien afbeelding niet kan laden, wordt alt-tekst getoond.
- SEO: zoekmachines houden rekening met alt-tekst.
- Context is essentieel en bepaalt het nut
- Leeg alt-attribuut wordt overgeslagen door screen readers.

Maak afbeeldingen 'leesbaar'

Voorzie inhoudelijk belangrijke afbeeldingen en multimedia van alternatieve tekst.

Wanneer?

- Belangrijke afbeeldingen: beschrijvende tekst die **betekenis** toelicht
- Ornamenten / irrelevante afbeeldingen: **lege** alt-tekst, maar wel attribueert voorzien!
- Complexe afbeeldingen met tekst: beschrijving in detail of voorzie een **alternatief (bv. tekst op een andere pagina)**.
- Context = essentieel!

Wat met video?

Zorg ervoor dat elk bewegend beeld minstens gepauzeerd kan worden en voorzie ondertitels/transcript bij het gesproken woord.

Hoe?

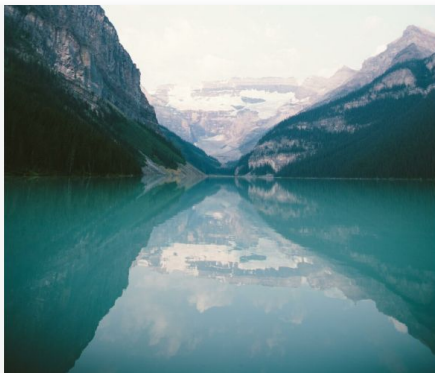
- Voorzie een **pauzeknop** bij achtergrondvideo's
- Laat carrousels en GIFs **niet automatisch herhalen**
- Integreer een bestaande **video-embed** (bv. YouTube of Vimeo), deze tools zijn ook toetsenbordtoegankelijk
- Voorzie (ingebouwde) **ondertiteling** bij inhoudelijke video's (voldoende groot en contrast!)
- Voorzie een **transcript** of voorzie een **tekstuele samenvatting**

Gebruik de juiste semantische structuur

Gebruik relevante semantische html-elementen om structuur aan te brengen op een pagina of in een document.

Hoe?

- **Hoofdingen** in een logische volgorde: $H1 \rightarrow H2 \rightarrow H3 \rightarrow \dots \rightarrow H6$
→ H1 alleen voor pagina-titel!
→ Hoofding om content te introduceren, niet om nadruk te leggen!
- Nadruk leggen met **bold** of *italic* – underline uitsluitend voor links
- *Ordered lists* (genummerd) en *unordered lists* (bullets), tabellen



- ✓ We minden **openbaar vervoer** aan om de uitstoot van woon-werkverkeer te beperken.
- ✓ De energie consumptie is deels afkomstig van **eigen zonnepanelen**.
- ✓ We kiezen voor **groene elektriciteit** in plaats van de nationale energiemix.
- ✓ Eenmaal per week zorgen we voor een **vegetarische of veganistische lunch** in de plaats van vlees of vis.

Zonder deze acties zou onze totale carbon footprint met maar liefst 27% oftewel 21,41 ton CO₂eq toenemen.

Reductie- en compensatie

Nu we zicht hebben op onze voetdrukscompensatiestrategie. We beperken maar onze ambitie is hoog en we hebben reductiedoelstellingen aan het *fin* [for Climate Action](#) en [Carbon+Alt](#)

Daarnaast namen we in 2021 voor [Duurzaam Ondernemen](#) (VCDO) de werking. En meer nog... We behalen [label](#).

Text *



Normal text

Heading 2

Heading 3

Heading 4

heel wat acties om onze voetafdruk stevig te beperken. Enkele voorbeelden:

efficiëntie van onze **hosting** en hosten alleen op groene energie.

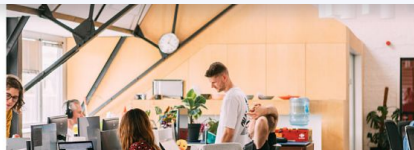
er aan om de uitstoot van woon-werkverkeer te beperken.

afkomstig van **eigen zonnepanelen**.

iteit in plaats van de nationale energiemix.

or een **vegetarische of veganistische lunch** in de plaats van vlees of vis.

Zonder deze acties zou onze totale carbon footprint met maar liefst 27% oftewel 21,41 ton CO₂eq toenemen.



Zinnige teksten voor links en knoppen

Gebruik zinnige teksten voor links en knoppen, beschrijf waar de link toe leidt of welke actie uitgevoerd wordt.

Waarom?

- Links worden voorgelezen als '**Link. Tekst van de link.**'
- Links kunnen door screen readers voorgelezen zonder context of tekst rondom de link, bijvoorbeeld als lijst van alle links op de pagina.
- Toetsenbordgebruikers: springen van link naar link om door content te gaan.
- Kleurenblindheid maakt links die niet onderlijnd zijn moeilijk zichtbaar

Zinnige teksten voor links en knoppen

Hoe?

- Gebruik **underline** uitsluitend voor links! → Icoon kan ook helpen
- Gebruik **zinnige** teksten, vermijdt links zoals 'Lees meer', 'Verder lezen', 'Meer info', ... Het is oké om zinnen als link te gebruiken.
- Geef extra **context** in de link 'Meer lezen over onze werking', 'Bekijk alle vacatures', ...
- Vermijd veel **herhalende** links.
- **Knoppen** beschrijven best wat er gebeurt wanneer er op gedrukt wordt. Vermijd dus woorden als "Volgende", "Oké", "Verder", "Klik hier", ...

Schrijf begrijpbare teksten

Schrijf teksten zo eenvoudig en zo **ondubbelzinnig** mogelijk.

Hoe?

- **Korte**, duidelijke zinnen en paragrafen
- Afkortingen toelichten bij eerste gebruik
- Vat tekst samen in **lijstjes**, gebruik **hoofdingen**
- Schrijf in de **taal** van de website
- Gebruik illustratief materiaal ter verduidelijking

Schrijf begrijpbare teksten

Schrijf teksten zo eenvoudig en zo ondubbelzinnig mogelijk.

Hoe?

- Vermijd dubbelzinnigheid, beeldspraak en 'figuurlijke termen'
- Vermijd **jargon**, of licht het toe
- 'Eenvoudig te lezen tekst' is niet universeel te definiëren, het hangt sterk af van je doelgroep. Schrijf op hun maat.

Schrijf begrijpbare teksten

 ScienceDirect

Journals & Books

Register

Sign in

View PDF

Download full issue

Search ScienceDirect

Outline

Highlights

Abstract

Keywords

1. Introduction

2. Background

3. Research question and hypotheses

4. Method

5. Results

6. Discussion

7. Conclusions

CRediT authorship contribution statement

Declaration of Competing Interest

Acknowledgement

Appendix A

References

Show full outline

Cited By (0)

Figures (1)



Tables (7)

Table 1

Table 2

Table 3

Table 4

Table 5

Table

Show all tables

 International Journal of Human-Computer Studies
Volume 161, May 2022, 102788

Understanding the user experience of customer service chatbots: An experimental study of chatbot interaction design

Isabel Kathleen Fornell Haugeland ^a, Asbjørn Følstad ^{b, A. Ø.}, Cameron Taylor ^c, Cato Alexander Bjørkli ^a

Show more

+ Add to Mendeley

Share

Cite

<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102788>

Get rights and content

Under a Creative Commons license

Open access

Highlights

- User experience is impacted by interaction style and conversation types in customer service chatbots.
- Conversations that explore a topic of interest may strengthen perceived anthropomorphism and hedonic user experience compared to conversations aimed towards a narrow goal.
- Button interaction may strengthen pragmatic and hedonic user experience compared to free text interaction, but not impact perceived anthropomorphism.
- Conversation type may impact the perceived anthropomorphism in chatbots without impacting social presence.

Abstract

Understanding the user experience of chatbots for customer service is essential to realize the potential of this technology. Such chatbots are typically designed for

Recommended articles

Multitasking while driving: A time use study of ...
International Journal of Human-Computer Studies, Vo...
Purchase PDF View details

PressTapFlick: Exploring a gaze and foot-based ...
International Journal of Human-Computer Studies, Vo...
Purchase PDF View details

VR-enabled engineering consultation chatbot f...
Journal of Industrial Information Integration, Volume ...
Purchase PDF View details

1 2 Next

Article Metrics

Captures

Readers: 19

Social Media

Tweets: 1

PLUMX

View details

FEEDBACK

Schrijf begrijpbare teksten



Wat zoek je?



IK BEN JAAR

MENU

MOET IK NAAR SCHOOL?

Door Bednet 11-18 jaar



Nee, je moet niet naar school. **Tot 18 jaar** ben je wel **verplicht om te leren**. Dat heet 'leerplicht'. Dat kan ook **van thuis** uit of **vanop afstand**.

Tot wanneer moet ik leren?

Tot je het middelbaar hebt uitgedaan of **tot je 18 jaar bent**. Daarna ben je niet meer verplicht om te leren.

Maak je je laatste schooljaar niet af? Dan heb je **geen diploma**.

Mag ik deeltijds les volgen?

Ja, als je **16 jaar of ouder bent**. Dan mag je **deeltijds leren** en **deeltijds werken**.

[Op je 15 jaar](#) mag dat ook, op voorwaarde dat je **het tweede middelbaar** afmaakte. Het **maakt niet uit** of je **geslaagd** was.

PRAAT EROVER

Chat met CLB **open! om 17:00**
Ma/di/do: 17-21u. Wo: 14-21u.
Schoolvakanties: ma/di/wo/do: 14-21u. Een
chatgesprek duurt maximum 45 minuten en is
anoniem.

Mail met CLB
Mail met het CLB van jouw school

Bel met CLB
Bel met het CLB van jouw school

Ga langs bij JAC
Zoek een JAC in je buurt. Een JAC-hulpverlener
luistert graag naar je verhaal.

Niet gevonden wat je zocht?
[Praat met een andere hulp- of infolijn](#)

Begrijpbaarheid van teksten: meer bronnen

- Plain Language Association International (PLAIN)
- Taalunie.org
- Heerlijk Helder
- Easy-to-read (Inclusion Europe)
- Wablieft en DuidelijkeTaal.be
- VRT Taal

Even samenvatten

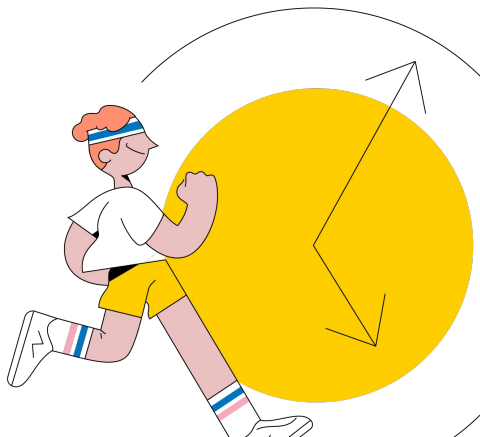
1 Zorg bij alle content die je maakt voor voldoende **contrast**

2 Maak je (inhoudelijke) **afbeeldingen** leesbaar door een alt-tekst in te vullen

3 Gebruik een correcte semantische **structuur** (hoofding, koppen, lijsten, ...)

4 Besteed voldoende aandacht aan **knoppen** en **links**

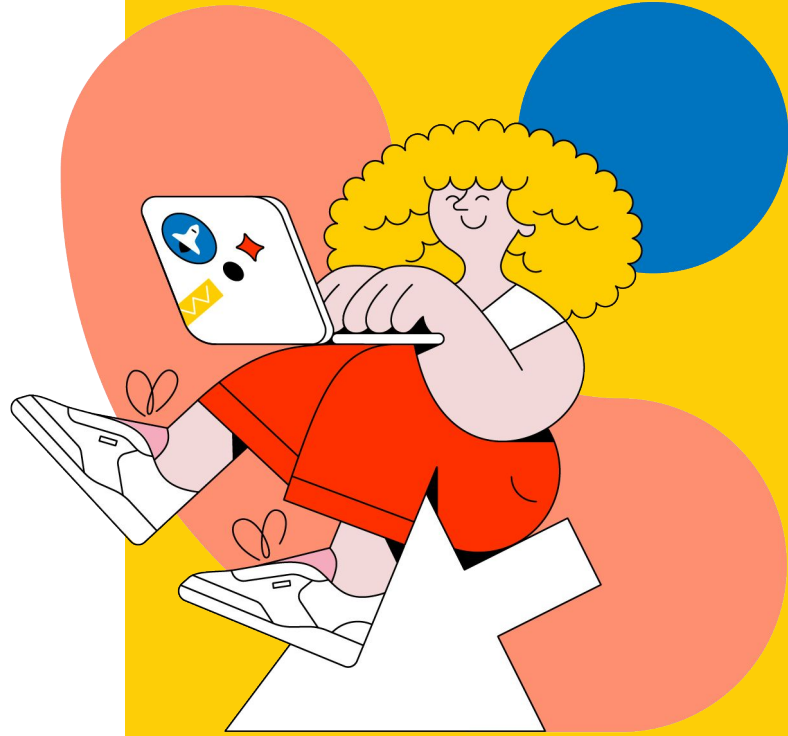
5 Schrijf heldere, **begrijpbare** teksten



3. Vragen?

IN HET KORT

- Vraag maar raak!



**Als je één ding meeneemt dat je morgen
meteen zou doen, wat is dat dan?**

Meer inspiratie en bijleren?

statik

Check zeker onze opleidingskalender via statik.be/events.

- Interactieve sessie inclusief gebruikersonderzoek – 23 mei **volgende week!**
- Opleiding verhalende video's maken – 4 juni en 11 juni
- Webinar digitale duurzaamheid – 6 juni
- Opleiding SEO copywriting met en zonder AI – 3 oktober
- Workshop aan de slag met je Digitale Marketing Scan – 8 oktober
- Opleiding: je eerste e-mailautomation op poten – 15 oktober
- Interactieve sessie bouwen aan een inclusieve werkplek – 22 oktober
- Opleiding: Google Analytics 4 voor beginners – 7 november
- Opleiding: Klare taal en inclusieve communicatie – 19 november

