



# HOE TOEGANKELIJK IS JOUW DIGITALE CONTENT?

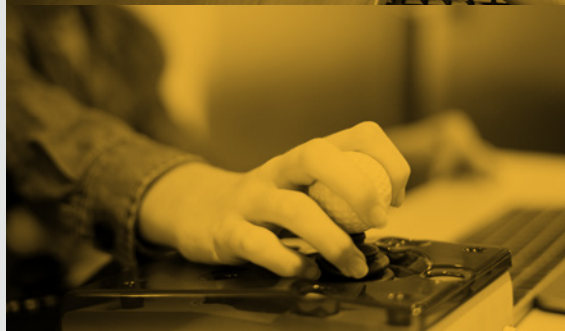
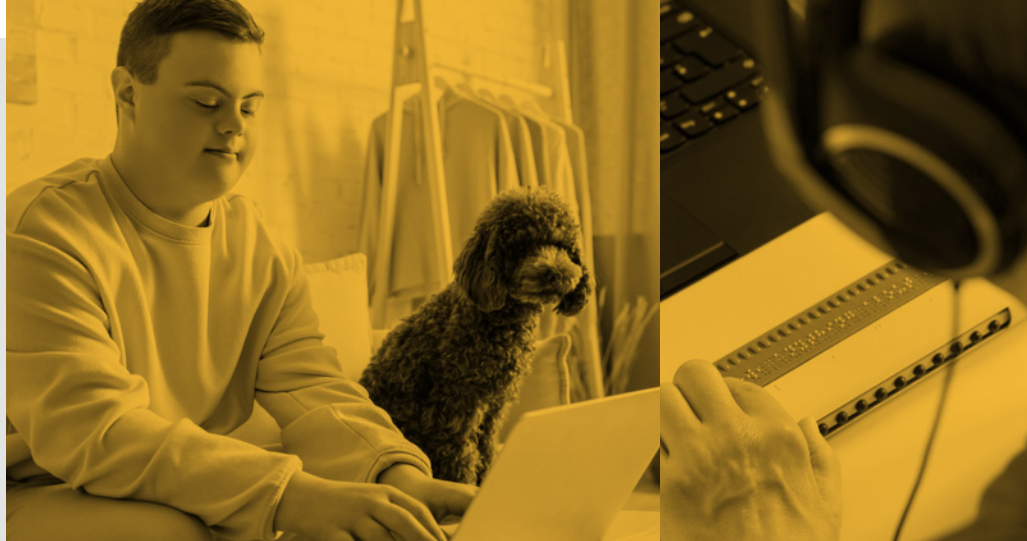
The Creative Hub helpt je te voldoen  
aan de nieuwe WCAG-richtlijnen

Op 28 juni 2025 treedt de European Accessibility Act (EAA) in werking. Dit betekent dat de internationale richtlijnen voor digitale toegankelijkheid niet alleen meer gelden voor (semi-)overheidsinstanties, maar ook voor organisaties uit de commerciële sector.

# DE NIEUWE REGELS VOOR DIGITALE TOEGANKELIJKHEID ZIJN ER VOOR IEDEREEN

Deze Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) zijn bedoeld om online documenten, videocontent, websites en apps toegankelijk te maken voor een zo breed mogelijk publiek. Is jouw organisatie nog niet voorbereid op de nieuwe wetgeving? Onderneem dan snel actie. Niet alleen om een boete te voorkomen, maar vooral ook om bij te dragen aan een digitale wereld waarin iedereen mee kan doen.

The Creative Hub helpt je hier graag bij. Wij hebben de kennis, ervaring en concrete diensten in huis om jouw online documenten en andere digitale content zo toegankelijk mogelijk te maken.



# WAAROM ZIJN DEZE RICHTLIJNEN ZO BELANGRIJK?



Ongeveer één op de vijf mensen in Europa heeft een beperking die hem of haar belemmert bij het gebruik van websites en digitale diensten. De richtlijnen voor digitale toegankelijkheid helpen om deze barrières weg te nemen, zodat ook zij toegang hebben tot deze content via hun laptop, tablet of mobiele telefoon.

Een bijkomend voordeel is dat de richtlijnen ook bijdragen aan een fijnere gebruikerservaring voor mensen zónder een beperking. Bovendien verbetert ook de vindbaarheid van je online content, omdat veel maatregelen voor digitale toegankelijkheid hetzelfde zijn als die voor zoekmachine-optimalisatie. Je bereikt dus in alle opzichten een breder publiek.

# SPECIFIEKE UITDAGINGEN VOOR PDF'S EN VIDEO'S

De richtlijnen voor websites gelden vanzelfsprekend ook voor pdf-bestanden en videocontent die bezoekers downloaden en bekijken. De manier waarop de regels worden toegepast verschilt wel, omdat elk medium unieke eigenschappen en toegankelijkheidsuitdagingen heeft. Zo hebben pdf's de beperkingen van een vast formaat, terwijl je websites responsief kunt ontwerpen. Bij video's ligt de uitdaging in het bieden van alternatieven voor visuele en auditieve inhoud, zoals audiodescriptie en ondertiteling. Ook dit vraagt om andere knowhow en technieken dan bij het digitaal toegankelijk maken van webpagina's.

# VOOR WIE ZIJN DE RICHTLIJNEN BEDOELD?

## OVERHEID EN SEMI-OVERHEID (SINDS 2018)

Gemeenten

Provincies

Ministeries

Waterschappen

Bibliotheken

Onderwijsinstellingen

Zorginstellingen

## PRIVATE SECTOR (VANAF 28 JUNI 2025)

Openbaar vervoerbedrijven

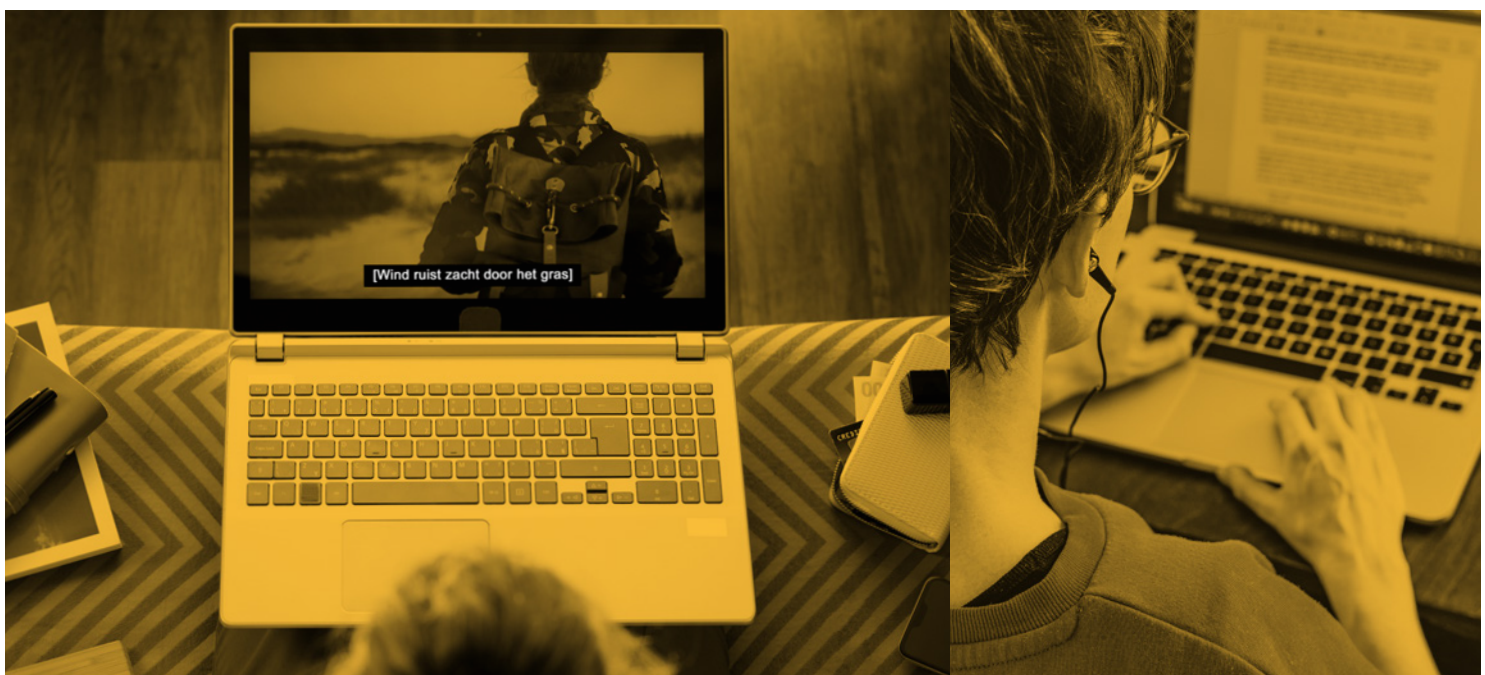
Banken

Financiële instellingen

E-commercebedrijven

Telecomproviders

Mediabedrijven





✗ Te weinig contrast



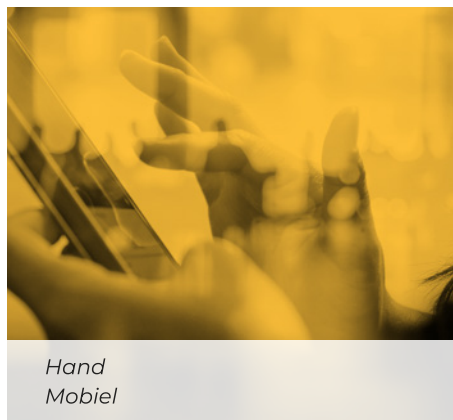
✓ Voldoende contrast



✗ Onlogische leesvolgorde



✓ Logische leesvolgorde



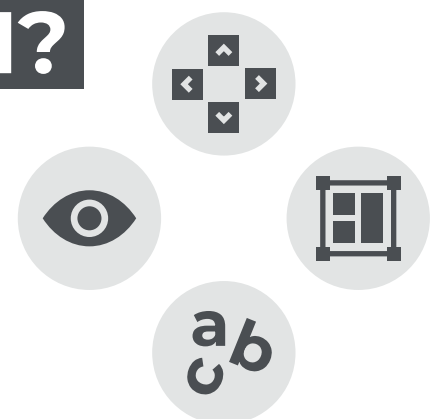
✗ Onduidelijk tekstalternatief



✓ Duidelijk tekstalternatief

# WANNEER VOLDOE JE AAN DE RICHTLIJNEN?

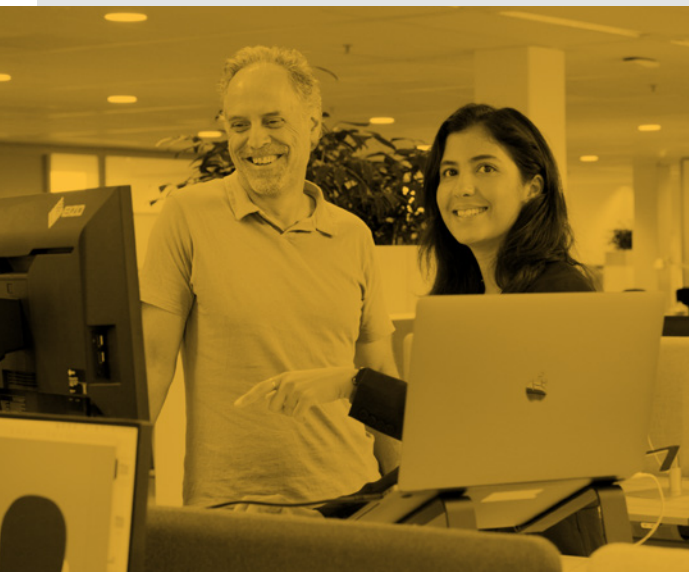
Digitale toegankelijkheid is gebaseerd op vier principes: online content moet waarneembaar, bedienbaar, begrijpelijk en robuust zijn. Om hieraan te voldoen zijn 13 richtlijnen opgesteld die elk een aantal specifieke succescriteria hebben. In totaal zijn dit 86 succescriteria die verdeeld zijn over drie verschillende niveaus van toegankelijkheid: A, AA en AAA. Volgens de nieuwe regelgeving moet je vanaf 28 juni 2025 op de criteria van zowel niveau A als AA een voldoende scoren. Niveau AAA is het hoogste niveau en (nog) niet verplicht. Een uitleg over alle 86 criteria vind je op [www.w3.org](http://www.w3.org)



4 PRINCIPES	13 RICHTLIJNEN	86 CRITERIA		
		A	AA	AAA
<b>1. Waarneembaar</b> Content moet voor iedereen zichtbaar en hoorbaar zijn. Ook voor mensen die bijvoorbeeld blind, slechtziend, kleurenblind, slechthorend of doof zijn.	<b>1. Tekstalternatieven (1 criterium)</b> Zorg ervoor dat afbeeldingen, knoppen en andere visuele elementen een tekstbeschrijving hebben die schermlezers kunnen voorlezen.	1	0	0
	<b>2. Op tijd gebaseerde media (9 criteria)</b> Voeg ondertiteling, audiobeschrijvingen of transcripties toe aan video's en geluidsfragmenten	3	2	4
	<b>3. Aanpasbaar (6 criteria)</b> Maak content flexibel, zodat gebruikers de weergave kunnen aanpassen zonder verlies van informatie.	3	2	1
	<b>4. Onderscheidbaar (13 criteria)</b> Gebruik voldoende contrast en duidelijke lettertypen om tekst en andere informatieve elementen te zien en te horen.	2	7	4
<b>2. Bedienbaar</b> Content moet fysiek bedienbaar zijn voor iedereen. Ook voor mensen die (motorisch) beperkt zijn in bijvoorbeeld het gebruik van een muis of toetsenbord.	<b>5. Toetsenbordtoegankelijk (4 criteria)</b> Zorg ervoor dat alle functies ook met een toetsenbord, dus zonder muis, te bieden zijn.	3	0	1
	<b>6. Genoeg tijd (6 criteria)</b> Geef gebruikers voldoende tijd om content te lezen en taken uit te voeren.	2	0	4
	<b>7. Toevallen en fysieke reacties (3 criteria)</b> Voorkom dat knipperende of bewegende content aanvallen (zoals epilepsie) of andere fysieke reacties veroorzaakt.	1	0	2
	<b>8. Navigeerbaar (13 criteria)</b> Maak het gebruikers makkelijk om te navigeren en content te vinden met overzichtelijke menu's en beschrijvende links.	4	4	5
	<b>9. Input modaliteiten (8 criteria)</b> Maak het eenvoudiger voor gebruikers om ook zonder een toetsenbord gegevens in te voeren, door bijvoorbeeld foutmeldingen en suggesties te geven.	4	2	2
<b>3. Begrijpelijk</b> De inhoud en bediening van content moet voor iedereen helder zijn. Ook voor mensen met bijvoorbeeld leerproblemen, laaggeletterdheid of dyslexie.	<b>10. Leesbaar (6 criteria)</b> Gebruik eenvoudige en duidelijke taal, en bied hulpmiddelen zoals uitleg of alternatieve versies.	1	1	4
	<b>11. Voorspelbaar (6 criteria)</b> Zorg voor een consistente opmaak en interactie, zodat gebruikers niet verrast worden door onverwachte veranderingen in de interface.	3	2	1
	<b>12. Assistentie bij invoer (9 criteria)</b> Geef hulp bij invoervelden, bijvoorbeeld door automatisch foutjes te corrigeren of uitleg te geven bij formulieren.	3	3	3
<b>4. Robuust</b> De bruikbaarheid van content moet bestand zijn tegen veranderende technologie. Het moet werken op alle mogelijke devices, online platforms en hulpprogramma's, nu en in de toekomst.	<b>13. Compatibel (2 criteria)</b> Structureer content zodanig dat het altijd compatibel is met huidige en nieuwe browsers, voorleesprogramma's en andere hulptechnologieën.	1	1	0

Bij The Creative Hub hebben we de kennis, ervaring en tools in huis om jouw organisatie te helpen voldoen aan de richtlijnen. Hierbij kijken we vanzelfsprekend ook naar je huisstijl(regels), omdat hierin veel elementen zitten die van invloed zijn op digitale toegankelijkheid. Onze dienstverlening gaat dan ook verder dan het (achteraf) aanpassen van online pdf's en video's; we bieden structurele oplossingen om jouw communicatiemiddelen én de mensen die hier dagelijks mee werken, zo goed mogelijk voor te bereiden op de nieuwe toegankelijkheidseisen.

# DE SPECIALISTEN VAN THE CREATIVE HUB STAAN VOOR JE KLAAR



# ONZE DIENSTVERLENING

## WCAG Quick Scan

Met onze WCAG Quick Scan checken onze specialisten een aantal huisstijlelementen en recente digitale content op essentiële toegankelijkheidseisen, zoals leesbaarheid, kleurcontrast, tekststructuur en beeldbeschrijvingen. Op basis hiervan zetten we een aantal verbeterpunten voor je op een rij met concrete tips en adviezen. Zodat je weet wat je moet doen om te voldoen aan de richtlijnen.

## Digitaal toegankelijke huisstijl

We helpen je graag met het ontwikkelen of aanpassen van je huisstijl volgens de WCAG-normen. Hierbij kijken we naar kleurcontrast, typografie, logo's, iconen en andere vormgevingsaspecten, maar ook naar tekstuele elementen, zoals het gebruik van eenvoudige taal en het scanbaar maken van teksten met duidelijke koppen.

## Digitaal toegankelijke documenten

Wij maken je pdf's WCAG-proof door ze te voorzien van een duidelijke structuur met koppen, paragrafen en lijsten, zodat schermlezers de inhoud correct kunnen interpreteren. Ook voegen we beschrijvende alternatieve teksten toe aan afbeeldingen en we verbeteren de leesbaarheid van teksten door kleurcontrasten en lettertypen aan te passen.

## Digitaal toegankelijke teksten

We (her)schrijven jouw teksten op B1-niveau, zodat ze voldoen aan de WCAG-normen en dus ook begrijpelijk zijn voor mensen met een cognitieve beperking. Denk aan het vermijden van jargon en technische termen en het gebruik van korte en eenvoudige zinnen. Ook zorgen we voor duidelijke (tussen)koppen, paragrafen en opsommingen, waardoor teksten gemakkelijk te scannen zijn.

## Digitaal toegankelijke videocontent

Ook online video's en animaties maken wij digitaal toegankelijk. Voor mensen met een gehoorbeperking voegen we ondertitels toe en kunnen we achtergrondgeluid reduceren om de verstaanbaarheid te verbeteren. Voor blinden en slechtzienden kunnen we aan video's gesproken beschrijvingen toevoegen van wat er op beeld gebeurt.

## Digitaal toegankelijke fotografie

Wij voorzien fotobestanden van een 'ingebakken' beeldbeschrijving (alt-tekst), zodat schermlezers deze informatie kunnen voorlezen. Ook houden we bij fotografie rekening met de juiste contrastverhoudingen voor toe te voegen tekst en andere visuele elementen, voor een betere onderscheidbaarheid.

## Trainingen en kennissessies

The Creative Hub organiseert regelmatig kennissessies om klanten en eigen medewerkers bij te praten op het gebied van digitale toegankelijkheid. Ook trainen we klanten om content aan te leveren die al zo veel mogelijk is voorbereid op de richtlijnen. Dit is vaak sneller en goedkoper dan wanneer wij álles voor je doen.

## 4 DINGEN DIE JE ZELF AL KUNT DOEN

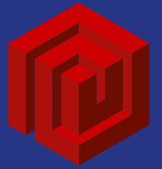
In het vormgeven en technisch inrichten van digitoegankelijke documenten gaat uiteraard meer tijd zitten dan in documenten die niet WCAG-proof zijn. Gelukkig zijn er een aantal dingen die je zelf al kunt doen voordat je content (bijvoorbeeld in Word) bij ons aanlevert. Zo kunnen wij sneller en efficiënter voor je aan de slag.

1. Maak gebruik van de stijlopties in Word om koppen, tabellen en paragrafen te maken
2. Geef bij afbeeldingen, logo's en grafieken concrete en complete beschrijvingen (alt-teksten)
3. Schrijf je teksten in begrijpelijke taal, zonder moeilijke woorden en lange zinnen
4. Markeer anderstalige woorden en rekentekens, zodat wij ze correct kunnen labelen voor schermlezers

**Titel**  
Paragraaf



THE  
**CREATIVE  
HUB**

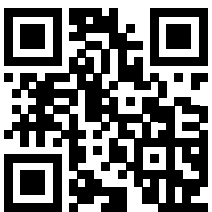


POWERED BY CANON

brand & concept  
design & identity  
audiovisuele media  
online & digitaal  
grafische producties

# MEER WETEN?

Kijk voor meer informatie over onze dienstverlening op [canon.nl/wcag](http://canon.nl/wcag). Ook komen we graag langs om je wensen en uitdagingen op het gebied van digitale toegankelijkheid te bespreken. Maak een afspraak met je contactpersoon bij The Creative Hub of stuur een e-mail naar [thecreativehub@canon.nl](mailto:thecreativehub@canon.nl).



[canon.nl/thecreativehub](http://canon.nl/thecreativehub)