

Digitoegankelijkheid

Ben jij een communicatieprofessional wil je jouw content digitaal toegankelijk maken? Hieronder enkele tips die jou op weg helpen.

Schrijf actief

Gebruik actieve zinnen. Soms zijn passieve zinnen verleidelijk, aangezien ze vriendelijker klinken. Vermijd in ieder geval hulpwerkwoorden zoals zullen, moeten, kunnen en willen en vermijd de lijdende vorm.

Vermijd vakjargon & ambtenarentaal

“Kun je nu het best je taskforce agile opschalen? Of via een constante dialoog input ophalen bij het brede middenveld?” Personen buiten jouw organisatie begrijpen niets van deze taal. Houd hier dus altijd rekening mee en laat jargon weg.

Wie is je doelgroep?

Vraag jezelf af: Wie maken er deel uit van je doelgroep? Wat vinden zij prettig? Hoe digitaal vaardig zijn zij? Bedenk altijd eerst voor wie je schrijft. Doe geen aannames maar ga lekker op onderzoek uit. Is het voor academici? Lange zinnen en veel statistieken. Werk je bij een gemeente of overheidsinstantie? Maximaliseer je zinnen dan tot 12-15 woorden.

ALT-tekst

Voorzie afbeeldingen van alt-teksten. Zowel op websites, sociale media als pdf's zijn deze teksten een must voor mensen met visuele beperkingen. Naast dat een alt-tekst helpt bij digitale toegankelijkheid, wordt de tekst weergegeven als je plaatje/foto niet laadt en draagt het bij aan je vindbaarheid in Google.

Digitoegankelijkheid

Kleurgebruik

Maak eventueel gebruik van een hoger kleurcontrast. Dat is belangrijk voor mensen met visuele beperkingen, maar ook voor mensen met dyslectie. De meest voorkomende vorm van kleurenblindheid is rood-groenkleurenblindheid. Gekleurde teksten zijn voor mensen met dyslectie slecht leesbaar, gebruik zwarte tekst op witte achtergrond. Maar let op, dit geldt juist niet voor NAH-lezers. Kijk daarom of je de weergavestand kunt aanpassen op je website. En vertel de informatie die je met kleur overbrengt ook in tekst.

Ondertiteling en transcripties

Zorg bij gebruik van video en/of audio voor ondertiteling en transcripties. Het is heel prettig als de ondertiteling synchroon loopt met de video. En hoe fijn is het als jouw podcast een breder publiek bereikt? Zorg voor een transcriptie van je podcast op een aparte pagina.

Afwegingskader

Maak een afwegingskader. Wanneer gebruik ik een pdf en wanneer niet? Bepaal welke content bijdraagt aan jouw communicatiedoelstellingen. Is de informatie onderhevig aan veranderingen of staat de informatie vast? Een website is eenvoudiger aan te passen en beter digitaal toegankelijk dan een pdf. Maar soms zijn er documenten die niet passen op een website, simpel omdat ze te veel informatie bevatten.

Hulp nodig bij het digitoegankelijk maken van jouw communicatie?
USG MarCom heeft altijd een enthousiaste MarCom Adviseur voor je klaarstaan!