CARDAN

Dé WCAG 2.2 checklist

voor iedereen nieuwe richtlijnen

“When we design for disability, we all benefit”

Elise Roy, ontwerper inclusieve producten

Je gaat aan de slag met digitale toegankelijkheid. Wat goed! Doordat jij rekening houdt met digitale toegankelijkheid van websites, apps en online documenten, ga jij bijdragen aan het inclusiever maken van het internet. Wanneer jij rekening houdt met digitale toegankelijkheid dan:

1. Sluit je **niemand** buiten.
2. Zijn je **bezoekers extra loyaal** aan je bedrijf en organisatie.
3. Word je website **beter gevonden** in Google.
4. Voldoe je als overheidsinstantie aan de **wettelijke verplichting.**

Een checklist, speciaal voor jou.

Deze checklist biedt jou een overzicht met de nieuwste richtlijnen van de WCAG 2.2.

Wat is de WCAG? En hoe kan ik de WCAG toepassen tijdens de ontwikkeling van digitale platformen? Digitale toegankelijkheid wordt steeds belangrijker in de moderne communicatie.

We hebben daarom met veel plezier deze checklist voor jou geschreven. Zodat jij in de toekomst de meest toegankelijke digitale platformen kan ontwikkelen, **voor iedereen.**

“Onze drijfveer is heel de wereld digitaal toegankelijk en inclusief maken”

Wij streven er naar om, met jou, iedereen mee te kunnen laten doen. Ook op het internet. Als specialist op het gebied van digitale toegankelijkheid helpen wij jou bij het toegankelijk maken van websites, apps en andere online producten.

Aan de hand van deze checklist dragen we samen een stukje bij aan het toegankelijk maken van het internet.

Inhoud

Wat is de WCAG? 6

Waarom wil jij WCAG proof zijn? 7

De WCAG 2.2 vs 2.1 8

Dé WCAG 2.2 checklist 9

- Principe 1: Waarneembaar 9
- Principe 2: Bedienbaar 11
- Principe 3: Begrijpelijk 13
- Principe 4: Robuust 13

Wat zijn de WCAG?

Één groot abracadabra

Je wilt als bedrijf, organisatie of ontwerper voldoen aan de internationale richtlijnen voor toegankelijkheid. Hoe werken deze richtlijnen? Zijn ze verplicht? En hoe kun je er op een eenvoudige manier rekening mee houden.

De WCAG laat meerdere communicatiespecialisten, developers of videomakers met de handen in het haar zitten. De richtlijnen zijn namelijk niet altijd even toegankelijk geschreven.

Goed nieuws! Je hoeft echt niet ieder succescriteria te kennen. Logisch nadenken en je realiseren dat jouw werk impact heeft, is vaak al voldoende.

Het doel van de WCAG?

Het internet zo toegankelijk als mogelijk te maken. Dit is niet alleen belangrijk voor jou en mij. In een inclusieve digitale wereld kan iedereen meedoen.

Ook als je je soms buitengesloten voelt bijvoorbeeld door geloof, overtuiging, afkomst, omgeving, leeftijd, gender of door een functiebeperking.

Waarom wil jij WCAG proof zijn?

Niet iedereen is een “computernerd”

Een groot deel van je bezoekers heeft moeite om informatie op het internet volledig te begrijpen. Dit kan zijn door een gehoor- of zichtbeperking, fysieke- of cognitieve beperkingen.

Alleen rekening houden met “mooie designs” is dus niet altijd voldoende. Met behulp van de WCAG maak je je digitale product ook voor hen goed toegankelijk.

Toegankelijk bezoekers verleiden

Als communicatiespecialist, developer of videomaker ben je dagelijks bezig om bezoekers te verleiden. Dit doe je door aantrekkelijk informatie te plaatsen die past bij jouw boodschap.

De WCAG 2.2 vs 2.1

De nieuwste set aan richtlijnen

Per 5 oktober zijn de WCAG 2.2 de nieuwe internationale standaard voor de toegankelijkheid van websites, mobiele apps en online documenten. Wat is er nieuw en wat is er nog meer veranderd ten opzichte van de 'oude' WCAG 2.1? De WCAG 2.2 heeft **55 succescriteria** van niveau A en AA. Hierbij zijn **6 nieuwe criteria** toegevoegd ten opzichte van de WCAG 2.1. **2 van niveau A** en **4 van niveau AA**. Één succescriteria is verwijderd: 4.1.1 Parsen (niveau A).

4 principes
Dit zijn de kernwaarden waarop de rest betrekking heeft. Webcontent moet waarneembaar, bedienbaar, begrijpelijk en robuust zijn.

13 richtlijnen
Voor beter overzicht zijn de principes verdeeld in 13 richtlijnen. Zoals: "Maak het voor gebruikers makkelijker om content te horen en zien, zoals scheiding van voorgrond en achtergrond."

86 succescriteria (niveau A, AA en AAA)
Dit zijn de daadwerkelijke meetbare eisen waaraan toegankelijke content moet voldoen. Een voorbeeld hiervan is het minimale kleurcontrast van tekst op een achtergrond.

Dit zijn de nieuwe succescriteria!

De nieuwe criteria bouwen voort op de toegankelijkheid van webcontent voor drie belangrijke groepen: mensen met een cognitieve, taal- of leerbeperking, mensen met een beperking aan het zicht én mensen met een functiebeperking op mobiele apparatuur.

6 nieuwe succescriteria op niveau A + AA

1. 2.4.11 Focus niet bedekt (minimum) (AA)
2. 2.5.7 Sleepbewegingen (AA)
3. 2.5.8 Doelgebied grootte (minimum) (AA)
4. 3.2.6 Consistente hulp (A)
5. 3.3.7 Overtollige invoer (A)
6. 3.3.8 Toegankelijke authenticatie (minimum) (AA)

3 nieuwe criteria op niveau AAA

Ook zijn er drie nieuwe criteria op niveau AAA toegevoegd. Deze criteria zijn gericht op focus van bedieningselementen, kleurcontrast van de toetsenbordfocus en het vermijden van een cognitieve functietest voor het inloggen.

1. 2.4.12 Focus niet bedekt (verbeterd) (AAA)
2. 2.4.13 Focus weergave (AAA)
3. 3.3.9 Toegankelijke authenticatie (verbeterd) (AAA)

In dit document staat een volledige checklist met alle 55 succescriteria van de WCAG 2.2 niveau A + AA. Speciaal voor jou.

Dé WCAG 2.2 checklist

Principe 1: Waarneembaar

Zorg dat iedereen alle belangrijke informatie kan waarnemen op een manier die prettig is, bijvoorbeeld zien, horen of voelen.

- ○ **1.1.1 Niet-tekstuele content (A)**
  Geef informatieve afbeeldingen en andere niet-tekstuele content een goed tekstalternatief.

- ○ **1.2.1 Alleen-geluid en Alleen-video (vooraf opgenomen) (A)**
  Zorg voor een alternatief voor video-zonder-geluid (bijv. een animatie) of geluid-zonder-video (bijv. een podcast).

- ○ **1.2.2 Ondertitels (vooraf opgenomen) (A)**
  Zorg dat video's ondertitels hebben voor alle belangrijke geluiden.

- ○ **1.2.3 Audiodescriptie of media-alternatief (vooraf opgenomen) (A)**
  Zorg dat alle belangrijke visuele informatie in video's ook te horen is óf zorg voor een tekstalternatief (bijv. een transcript).

- ○ **1.2.4 Ondertiteling bij live video (AA)**
  Live video's worden voorzien van ondertiteling voor doven en slechthorenden. Let op: Er is een wettelijke uitzondering voor live-video's.

- ○ **1.2.5 Audiodescriptie (vooraf opgenomen) (AA)**
  Zorg dat alle belangrijke visuele informatie in video's ook te horen is. Een ander alternatief is voor 1.2.5 niet meer mogelijk.

- ○ **1.3.1 Info en relaties (A)**
  Info, structuur en relaties in de content die je kan zien, moet ook in de code voor hulpsoftware beschikbaar zijn.

- ○ **1.3.2 Betekenisvolle volgorde (A)**
  Zorg ervoor dat alle content in een 'logische' volgorde staat en dat hulpsoftware deze ook kan bepalen.

- ○ **1.3.3 Zintuigelijke eigenschappen (A)**
  Verwijs niet naar vorm, locatie, kleur, omvang, orientatie of geluid.

- ○ **1.3.4 Weergavestand (AA)**
  Je moet je scherm kunnen draaien zonder dat er verlies is van content.

- ○ **1.3.5 Doel van invoervelden herkennen (AA)**
  Het doel van formuliervelden voor persoonlijke gegevens (bijv. je naam) moeten door hulpsoftware herkent worden.

- ○ **1.4.1 Gebruik van kleur (A)**
  Gebruik niet alleen maar kleur om informatie over te brengen, bijvoorbeeld in grafieken, diagrammen en tabellen.

- ○ **1.4.2 Geluidsbediening (A)**
  Als geluid automatisch start en langer dan 3 seconden duurt dan moet er een manier zijn om het te pauzeren. Advies: start geluid niet automatisch.

- ○ **1.4.3 Kleurcontrast van tekst (AA)**
  Alle teksten moeten voldoende kleurcontrast hebben. Tip: gebruik de Colour Contrast Analyzer om het kleurcontrast te bepalen.

- ○ **1.4.4 Herschalen van tekst (AA)**
  Het moet mogelijk zijn om alle teksten te kunnen vergroten tot 200%.

- ○ **1.4.5 Afbeeldingen van tekst (AA)**
  Gebruik geen afbeeldingen van tekst, maar maak je tekst op met CSS.

- ○ **1.4.10 Opnieuw positioneren (AA)**
  Je website moet responsive zijn en er mag geen content missen.

- ○ **1.4.11 Contrast van niet-tekstuele content (AA)**
  Ook niet-tekstuele content op je website heeft voldoende kleurcontrast (3,0:1). Denk bijvoorbeeld aan belangrijke afbeeldingen en formuliervelden.

- ○ **1.4.12 Tekstafstand (AA)**
  Je kan de regelhoogte, letterafstand, afstand tussen alinea's en afstand tussen woorden aanpassen om alles beter leesbaar te maken.

- ○ **1.4.13 Content bij hover of focus (AA)**
  Als content op hover of focus wordt getoond, dan moet het ook voor iedereen goed waarneembaar zijn.

"Wanneer er rekening is gehouden met de toegankelijkheid van websites maakt dat voor mij echt heel veel verschil."

Iris (18) blind, kan alleen licht en donker herkennen

Principe 2: Bedienbaar

Is alles voor iedereen, op ieder moment en op ieder apparaat goed bedienbaar? Dus niet alleen met toetsenbord en muis, maar ook met touch, spraakbediening, eye-tracking, een joystick of andere hulpapparatuur

- ○ **2.1.1 Toetsenbord (A)**
  Alles moet bedienbaar zijn met het toetsenbord of vergelijkbare hulpapparatuur.

- ○ **2.1.2 Geen toetsenbordval (A)**
  Zorg dat gebruikers van het toetsenbord niet vastlopen

- ○ **2.1.4 Sneltoetsen van één teken (A)**
  Voorkom het gebruik van sneltoetsen die bestaan uit één teken, zoals hoofdletters, kleine letters, leestekens, cijfers of symbolen.

- ○ **2.2.1 Tijd aanpasbaar (A)**
  Als er een tijdslimiet is op de website dan moet dit uitgezet of aangepast kunnen worden.

- ○ **2.2.2 Pauzeren, stoppen, verbergen (A)**
  Voor alle bewegende of scrollende content moet de mogelijkheid zijn om dit te pauzeren, stoppen of verbergen.

- ○ **2.3.1 Drie flitsen of lager (A)**
  Het snel flitsen van drie keer of meer per seconde kan foto-epileptische aanvallen veroorzaken en is niet toegestaan.

- ○ **2.4.1 Herhalende blokken overslaan (A)**
  Er moet een mogelijkheid zijn om herhalende blokken over te slaan.

- ○ **2.4.2 Paginatitel (A)**
  Alle pagina's hebben een goede titel die het onderwerp beschrijft.

- ○ **2.4.3 Focus volgorde (A)**
  Als de volgorde waarin elementen toetsenbordfocus krijgen belangrijk is, dan moet de betekenis daarvan behouden blijven.

- ○ **2.4.4 Linkdoel (A)**
  Geef links een duidelijke tekst zodat je weet wat er gebeurd als je er op klikt.

- ○ **2.4.5 Meerdere manieren (AA)**
  Pagina's vind je op meerdere maniere, bijvoorbeeld via een zoekfunctie.

- ○ **2.4.6 Koppen en labels (AA)**
  Gebruik duidelijke koppen en tekstlabels die het onderwerp of doel beschrijven.

- ○ **2.4.7 Focus zichtbaar (A)**
  Voorkom verwarring en zorg dat je ziet op welk element de toetsenbordfocus staat.

- ○ **2.4.11 Focus niet bedekt (minimum) (AA)**
  De indicator van de toetsenbordfocus is overal ruim voldoende zichtbaar.

- ○ **2.4.13 Navigatie voor paginamarkeringen (A)**
  Als pagina's in de code worden aangegeven, dan moet het mogelijk zijn om snel naar deze pagina's te navigeren.

- ○ **2.5.1 Aanwijzergebaren (A)**
  Gebruikers kunnen touch-functies bedienen met hulptechnologie of met één vinger.

- ○ **2.5.2 Aanwijzerannulering (A)**
  Als je ergens op klikt moet je dit kunnen annuleren door de muisaanwijzer te verplaatsen.

- ○ **2.5.3 Label in naam (A)**
  Van alle interactieve elementen met zichtbare tekst is deze tekst ook beschikbaar in de toegankelijkheidsnaam.

- ○ **2.5.4 Bewegingsactivering (A)**
  Functionaliteit die wordt geactiveerd door het apparaat te bewegen (bijvoorbeeld schudden) kan worden uitgeschakelt en ook op een andere manier worden bediend.

- ○ **2.5.7 Sleepbewegingen (AA)**
  Als je iets kunt slepen dan moet dat ook op een andere manier mogelijk zijn met een "muis" zonder te slepen.

- ○ **2.5.8 Doelgebied grootte (minimum) (AA)**
  Voorkom problemen door klikbare gebieden groot genoeg te maken.

"Klik je op een artikel komt er ineens reclame tussendoor. Hoe krijg je die weer weg? Dan begint de zoektocht naar het kruisje."

Peter (69) - moet zich continu aanpassen omdat hij steeds minder ziet en hoort

Principe 3: Begrijpelijk

Is alles voor iedereen, op ieder moment en op ieder apparaat goed goed te begrijpen?

- ○ **3.1.1 Taal van de pagina (A)**
  Hulpsoftware moet de taal van de pagina kunnen bepalen.

- ○ **3.1.2 Taal van onderdelen (AA)**
  Als de taal van de content wisselt dan moet hulpsoftware deze kunnen bepalen.

- ○ **3.2.1 Bij focus (A)**
  Als een element focus krijgt dan mag er geen contextwijziging gebeuren.

- ○ **3.2.2 Bij input (A)**
  Als een element input krijgt dan mag er geen contextwijziging gebeuren.

- ○ **3.2.3 Consistente navigatie (AA)**
  Voorkom verwarring en gebruik menu's consistent.

- ○ **3.2.4 Consistente identificatie (AA)**
  Alle elementen met dezelfde functie zijn op dezelfde manier herkenbaar.

- ○ **3.2.6 Consistente hulp (A)**
  Als hulp beschikbaar is op de website dan is die altijd op dezelfde plek te vinden.

- ○ **3.3.1 Foutidentificatie (A)**
  Als fouten gemaakt worden dan moet de fout duidelijk herkenbaar zijn.

- ○ **3.3.2 Labels of instructies (A)**
  Invoervelden hebben duidelijke tekstlabels of instructies.

- ○ **3.3.3 Foutsuggesties (AA)**
  Geef oplossingen als gebruikers fouten maken.

- ○ **3.3.4 Voorkom fouten (AA)**
  Voorkom risico's bij het verzenden van gevoelige gegevens.

- ○ **3.3.7 Overtollige invoer (A)**
  Zorg dat informatie niet meerdere keren moet worden ingevoerd in hetzelfde proces.

- ○ **3.3.8 Toegankelijke authenticatie (minimum) (AA)**
  Gebruik geen cognitieve functietest voor het inloggen op een webpagina.

Principe 4: Robuust

De website of app moet zo geprogrammeerd worden dat browsers en hulptechnologie

- ○ **4.1.2 Naam, rol, waarde (A)**
  Software begrijpt de naam en rol van elementen. Ook de waarde, status ofeigenschappen van elementen kunnen worden bepaald.

- ○ **4.1.3 Statusberichten (AA)**
  Meldingen en waarschuwingen die verschijnen, kunnen worden bepaald door hulpsoftware.

CARDAN

Cardan is het expertisecentrum op het gebied van digitale toegankelijkheid en digitale inclusie. Met onze **onderzoeken**, **trainingen** en **advies-op-maat** helpen we bedrijven en organisaties om hun digitale producten en diensten te verbeteren. Hoe kunnen wij jou helpen?

Ga naar **www.technobility.nl**
Stuur een mail naar **info@technobility.nl**
Of bel naar **088-500 4070**

voor iedereen de WCAG 2.2