

In deze vijf stappen ben je beter bereikbaar

25-04-2017 11:40



Door Suzanne Geurts

Bron: EtailTrends 1

Zijn Nederlandse e-commercespelers blind voor miljoenen shoppers? Het lijkt er wel op. Mensen met een visuele beperking kunnen amper online winkelen. Kortom, er is werk aan de (web)winkel. Zeker nu de wet etailers verplicht om hun webshop voor deze groep toegankelijk te maken.

Rechtszaken tegen webwinkels waar blinde consumenten slecht kunnen shoppen: in Amerika zijn ze aan de orde van de dag. Volgens de Americans with disabilities act (ADA) die in 1990 van kracht werd, mogen gehandicapten niet gediscrimineerd worden. En dus ook niet online. Gevestigde namen als Netflix, Ahold-supermarkt Peapod.com en fashionstore Target.com hebben de belangenverenigingen National federation of the blind en National association of the deaf al op hun dak gehad. Zo'n vaart zal het in Nederland niet lopen, verwacht Ron Beenen. Hij is programmamanager van Stichting Accessibility, een expertise- en onderzoeksinstituut op het gebied van ict-toegankelijkheid. "Wij hebben geen claimcultuur, maar rechtszaken zijn zeker niet meer uitgesloten."

Feit is namelijk: sinds dit jaar moeten organisaties hun diensten verplicht aanpassen aan Nederlanders met een beperking. Dat gaat bijvoorbeeld om gebouwen, maar dus ook om websites. Vorig jaar is de Wet gelijke behandeling op grond van handicap of chronische ziekte (Wgbh/cz) uitgebreid, gebaseerd op een recente

aanpassing van het VN-verdrag over de rechten van personen met een handicap. De naleving ligt bij het College voor de Rechten van de Mens dat bijvoorbeeld een onderzoek kan instellen. Onlangs onderzocht ook Stichting Accessibility de toegankelijkheid van honderd Nederlandse websites. Wat blijkt? Geen enkele site scoort gemiddeld goed en webwinkels bungelen zelfs onderaan. Sterker, tussen de 150 websites met het waarmerk drempelvrij.nl – het kwaliteitslabel voor toegankelijkheid – vinden we nul onlinewinkels.

De huidige wetgeving is volgens Beenen niet alleen een verplichting, maar biedt vooral commerciële kansen. “Webwinkels kunnen er vijftien procent extra markt bij krijgen en een toegankelijke site is een stuk beter vindbaar in Google.” Zo kostte de aangepaste website van Tesco.com 35 duizend pond en leverde die de Britse supermarktketen elke maand dertienduizend extra bezoekers en jaarlijks dertien miljoen pond meer omzet op. Die plussen komen trouwens niet alleen van de groep van shoppers met een beperking. “Stel, je verbetert het kleurcontrast tussen de buybutton en de achtergrond. Elke gebruiker vindt dit prettig, zeker als er zonlicht op het telefoonscherm schijnt.”

Stap 1: Begrijp het gebruik

De platforms zijn slecht ‘leesbaar’ voor hulpapparatuur. Zo gebruiken veel blinden hun toetsenbord met een screenreader die de content voorleest. Beenen: “Er hoeft maar één foutje in een code te zitten bij bijvoorbeeld een advertentie, en de hele site loopt vast.” Een toegankelijke webwinkel is netjes gecodeerd en voldoet aan de wereldwijde standaard voor toegankelijkheid: WCAG 2.0. Die standaard maakt de site meteen responsive, seo-proof en snel. Omdat je opmaak en inhoud van elkaar scheidt, neemt de omvang veertig tot zeventig procent af. “Eigenlijk is toegankelijkheid een zwaardere vorm van gebruiksvriendelijkheid.”

Stap 2: Check de toegankelijkheid

Denk goed na over het design van de webshop, maar zet de functionaliteit voorop. Voor alle gebruikers, benadrukt Beenen. “Begin dus niet bij een nieuwe gadget of plug-in.” Test je huidige webshop eerst op bijvoorbeeld leesbaarheid, tabellen en kleurcontrast via tools in de kennisbank van Stichting Accessibility.

Stap 3: Selecteer een toegankelijke webdesigner

Volgens Beenen is het vrij simpel. “Heeft een webdesigner nog nooit van WCAG gehoord? Dan moet je je achter de oren krabben, want dit zijn de algemene toegankelijkheidsrichtlijnen.” Huiverig is hij voor webbouwers die vooral standaardpakketten bieden. “Je moet diep in het cms kunnen coderen. Dat lukt zelden met een kant-en-klaar-programma.” Wie zeker goed wil zitten, kan de lijst met toegankelijke webbouwers op Accessibility.nl bekijken. Hierop staan leveranciers die óf meewerkten aan sites met het waarmerk drempelvrij.nl óf bij de stichting een training volgden.

Stap 4: Programmeer als een pro

WCAG 2.0 bestaat uit vijftig richtlijnen. Aan 38 daarvan moet een webshop voldoen om officieel toegankelijk te zijn. Denk aan: • Alt-tekst bij functionele plaatjes zoals productafbeeldingen, zodat de reader kan voorlezen wat op de afbeelding staat. • Skiplinks zijn voor screenreaders onmisbaar. Hiermee kan een gebruiker meteen naar een zoekfunctie, het hoofmenu of de bestelknop ‘tabben’. Want als álles wordt gelezen, is een blinde shopper wel twintig keer (!) langer bezig dan een doorsnee gebruiker. • YouTube-filmpjes met ondertiteling helpen doven en slechthorenden, maar verbeteren ook de indexbaarheid en vindbaarheid van een webshop. En niet onbelangrijk: na Google is YouTube de meest gebruikte zoekmachine.

Stap 5: Test, test, test

Voer tijdens het ontwerpproces usabilitytests uit bij gebruikers. Ook kun je een traject voor het waarmerk drempelvrij.nl volgen. “Veel organisaties gaan niet per se voor dit label, maar willen hun website wel voor zo’n zeventig, tachtig procent toegankelijk hebben. Ik begrijp die keuze, het gaat om de stappen die gezet worden”, aldus Beenen. Nog een tip: kaart het al bij de leveranciersselectie aan. “Als een webbouwer zenuwachtig

wordt, weet je genoeg.”