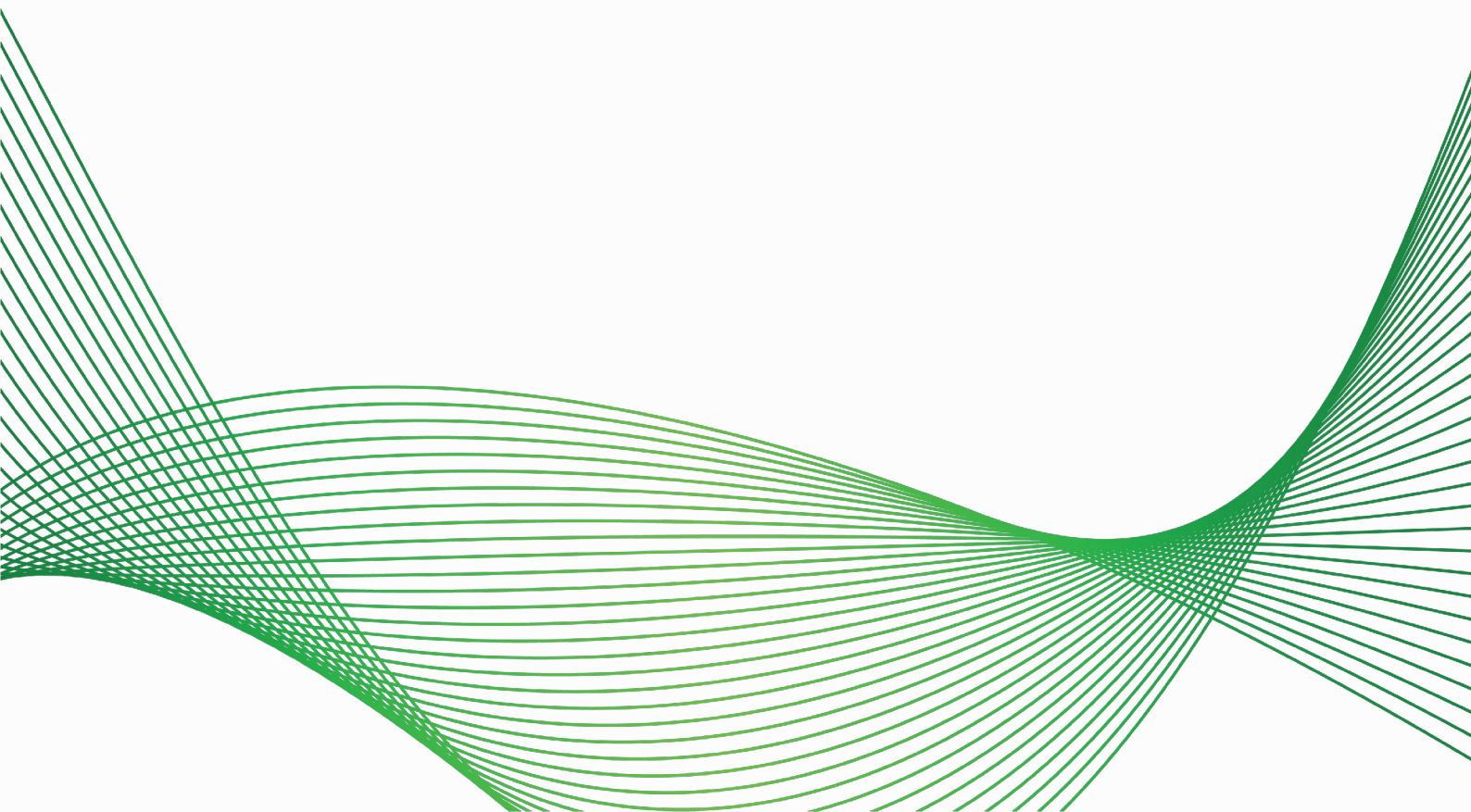


feweb

Digitale Toegankelijkheid

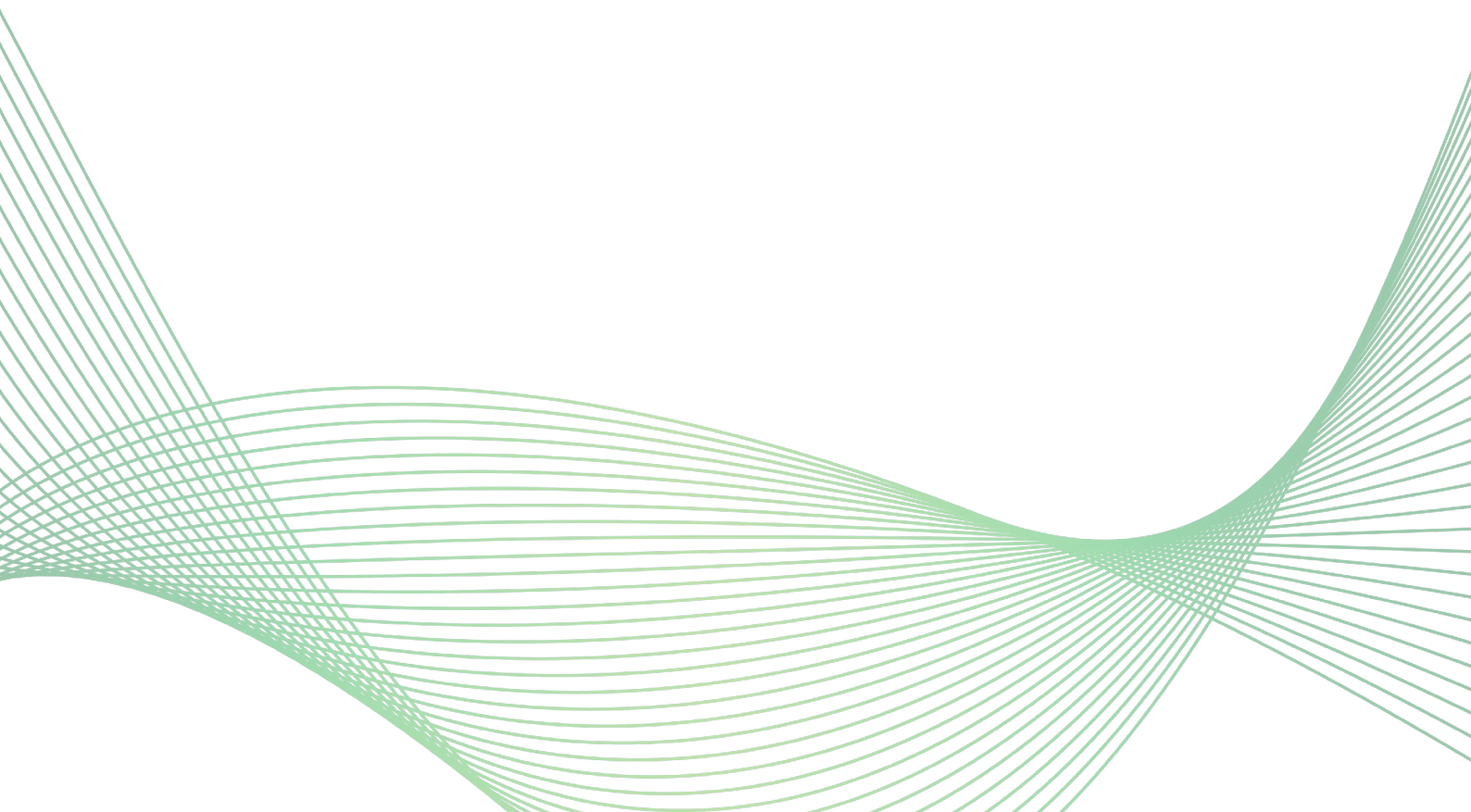
Waarom jouw website toegankelijk moet zijn en hoe je dit aanpakt.



Deze whitepaper is geschreven door een team van experts verenigd binnen de Accessibility Focus Group van FeWeb, de beroepsvereniging van digitale agencies en professionals.

Met dank aan Bart Simons & Bram Janssens (AnySurfer), Roel Van Gils (Eleven Ways), Nicky Kerfs (Novation), Arnaud Recko & Hilde Van Bree (DNS Belgium), Bart Van Neste (Dynamate), Ingrid Stojnic (Rekall), Karolien François (Studio North), An Haenen (Sirius Legal) en Patrick Marck (FeWeb).

Laatste update: 15 april 2026



Waarom heeft jouw organisatie een toegankelijke website nodig?

Toegankelijkheid is essentieel om van digitale inclusie te kunnen spreken. Het betekent dat iedereen, ook mensen met een beperking, volwaardig gebruik kan maken van websites en apps. Dat lukt alleen wanneer een digitale omgeving gebouwd is volgens internationale standaarden voor toegankelijkheid.

Een toegankelijke website of app is meer dan een technische oefening. Ze helpt je om meer mensen te bereiken, verbetert de gebruikerservaring en verhoogt de performantie. Toegankelijkheid is dus niet alleen een **sociale en juridische verantwoordelijkheid**, maar ook een **logische zakelijke keuze**.

Weet jij of...

- mensen met een fysieke of visuele beperking vlot kunnen navigeren op je site?
- je zonder muis en dus enkel met een toetsenbord alle acties op je site kan uitvoeren, inclusief het klikken op je cookiebanner?
- de kleurcontrasten op je site voldoende zijn voor slechtziende gebruikers?
- je online formulieren invulbaar zijn voor mensen met een screenreader?
- er een toegankelijkheidsverklaring aanwezig is die vindbaar en inhoudelijk correct is, en waarop bezoekers kunnen reageren?
- je site geschreven is in begrijpelijke taal?

Deze aandachtspunten laten iedereen gelijkwaardig deelnemen aan de digitale wereld. Zo vergroot je bereik aanzienlijk.

Waarom digitale toegankelijkheid belangrijk is

Toegankelijke websites en apps bieden je concrete en waardevolle voordelen:

Verbeterde gebruikerservaring

Toegankelijke digitale producten zijn gebruiksvriendelijker omdat ze duidelijker, consistent en eenvoudiger te bedienen zijn. Dat zorgt voor een aangename ervaring en verhoogt de tevredenheid van bezoekers en klanten.

Betere reputatie

Wie rekening houdt met verschillende gebruikersnoden, toont dat inclusie geen loze belofte is. Dat versterkt je merk en je geloofwaardigheid.

Voor veel organisaties wordt digitale toegankelijkheid daardoor ook een concurrentieel voordeel.

Betere SEO en GEO

Toegankelijke websites scoren vaak ook beter op vlak van structuur, se-

mantië en duidelijkheid. Dat helpt zoekmachines én AI-agents om je inhoud beter te begrijpen, te interpreteren en correct weer te geven. Zo kan je een hogere ranking krijgen in de organische zoekresultaten.

Groter bereik

Met een toegankelijke website bereik je meer mensen, ook mensen met een beperking. Door je potentiële doelgroep te vergroten, bereik je meer klanten en stijgt je omzet. Wereldwijd ervaart 16% van de bevolking een beperking¹. Ook zij bezoeken websites, vergelijken aanbieders en doen online aankopen.

Hogere omzet

Meer bereik, een betere gebruikerservaring en minder drempels leiden vaak tot betere resultaten. Toegankelijkheid kan dus bijdragen aan een hogere conversieratio en helpt om je investering terug te verdienen.

“



Web agencies spelen een sleutelrol: zij bouwen het digitale landschap van morgen. Met die rol komt de verantwoordelijkheid om je als klant niet alleen een gebruiksvriendelijke, juridisch conforme en veilige website te leveren, maar ook een toegankelijke. En om je te informeren over wat dat precies inhoudt.

Patrick Marck, directeur FeWeb

”

Toegankelijkheid maakt je website beter

Hoe vroeger je digitale toegankelijkheid meeneemt in het ontwerp en de ontwikkeling van een website of app, hoe vlotter het traject verloopt. Toegankelijkheid achteraf toevoegen is vrijwel altijd complexer, tijdrovender en duurder. Dat sluit aan bij een breder principe in digitale projecten: **hoe later een probleem wordt aangepakt, hoe hoger de kost².**

Bij bestaande websites is een volledige herwerking niet altijd de enige of beste eerste stap. In sommige gevallen is het verstandiger om nieuwe uitbreidingen, pagina's en functionaliteiten voortaan wél toegankelijk te bouwen, zodat je stap voor stap vooruitgang boekt zonder alles tegelijk te moeten aanpakken.

De cijfers

1,3 miljard

mensen wereldwijd ervaren een vorm van beperking

Over de hele wereld zijn er naar schatting 1,3 miljard mensen, of ongeveer 16%³, die enige vorm van beperking ervaren. Dat aandeel zal de komende decennia verder toenemen, onder meer door de vergrijzing. Veel van hen zullen te maken krijgen met verminderd zicht, gehoorverlies of beperkte mobiliteit. Ook zij hebben baat bij toegankelijke digitale diensten.

2 miljard

mensen zullen ouder zijn dan 60 tegen 2050

In België schat Statbel dat 9% van de 15- tot 64-jarigen gezondheidsproblemen ervaart die een grote impact hebben op het dagelijks functioneren. Dat betekent concreet dat je een aanzienlijke groep uitsluit wanneer je alleen ontwerpt voor een zogenaamd gemiddelde gebruiker. Toegankelijkheid gaat dus niet over een kleine niche, maar over een relevante groep mensen.

9%

van 15 tot 64 jarigen in België hebben een beperking

Brand loyalty

Bedrijven die inzetten op inclusie van mensen met een beperking realiseren **gemiddeld 28% hogere omzet en 30% hogere winstmarges** dan hun sectorge-noten⁴. Het toegankelijk maken van je website of app heeft niet enkel voordelen voor mensen met een beperking, maar biedt aan alle klanten een betere online gebruikerservaring, wat tot hogere klanttevredenheid en retentie leidt.

“



Wanneer je websites bouwt voor de mensen met de grootste uitdagingen, bouw je websites die werken voor iedereen. Je doet er met andere woorden iedereen een plezier mee.

Karolien François, accessibility expert

”

De kost van niet-toegankelijke websites

Een niet-toegankelijke website kost geld. **Wie drempels laat bestaan, laat namelijk potentiële klanten afhaken.** Wereldwijd leeft 16% van de bevolking met een beperking, en 71% van deze gebruikers haakt af wanneer ze tegen de barrière van een ontoegankelijke website aanlopen⁵.

Stel dat je een webshop hebt met 10.000 bezoekers per maand, een gemiddelde bestelling van € 100 en een gemiddelde conversieratio van 4%.

Van die 10.000 bezoekers hebben er dan ongeveer 1.600 een beperking. Als 71% van hen je webshop verlaat door ontoegankelijkheid, verlies je 1.136 bezoekers. Aan een conversieratio van 4% en een gemiddeld bestelbedrag van € 100 komt dat neer op een maandelijks omzetverlies van € 4.544. **Op jaarbasis loopt dat op tot meer dan € 50.000.**

Wat zegt de wet over digitale toegankelijkheid?

In een digitale samenleving is toegankelijkheid geen vrijblijvende extra meer. Sinds 28 juni 2025 geldt de European Accessibility Act (EAA) voor bedrijven die bepaalde digitale producten of diensten aanbieden aan consumenten.

Voor overheidsinstanties bestaat zo'n verplichting al langer, via de **Wet van 19 juli 2018 over de toegankelijkheid van websites en mobiele applicaties van overheidsinstanties**. Met de EAA wordt die logica nu ook doorgetrokken naar de private consumentenmarkt, met als doel een inclusievere samenleving te ondersteunen voor miljoenen EU-burgers met een beperking⁶.

Stop met wachten: de mythe van de 5 jaar

Rond de EAA bestaat in België nog vaak verwarring. Een hardnekkig misverstand is dat ondernemingen nog tot 2030 de tijd zouden hebben om zich in regel te stellen, omdat er sprake zou zijn van een overgangstermijn

van vijf jaar.



De hoofdregel is nochtans duidelijk: **sinds juni 2025 moet elk nieuw product of elke nieuwe dienst die onder de EAA valt, aan de vereisten voldoen**. De vaak genoemde termijn van vijf jaar geldt alleen als uitdoofscenario voor bepaalde lopende contracten en producten die al vóór die datum rechtmatig in gebruik waren. Rond de EAA bestaat in België nog vaak verwarring. Een hardnekkig misverstand is dat ondernemingen nog tot 2030 de tijd zouden hebben om zich in regel te stellen, omdat er sprake zou zijn van een overgangstermijn van vijf jaar.

Voor wie gelden de regels?

De wet heeft een brede reikwijdte en richt zich op **diensten die belangrijk zijn in het dagelijks leven van consumenten**. Volgens de officiële wetgeving gaat het onder meer om computerhardware en besturingssystemen, e-commerce, e-books, personenvervoer, elektronische communicatiediensten en streaming-diensten.

Voor e-commerce betekent dit meer dan alleen de productpagina of checkout. Het volledige traject telt mee, inclusief bestelproces, retourflow en andere essentiële onderdelen van de dienstverlening.

Omdat de concrete verwachtingen per sector verschillen, heeft de **FOD Economie specifieke richtlijnen gepubliceerd**. Het is belangrijk dat je de juiste gids gebruikt voor jouw situatie.

-  Algemene richtlijnen (e-commerce of e-handelsdiensten)
<https://economie.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/guidance/toegankelijkheid/toegankelijkheid-guidelines-0>
-  Richtlijnen voor de financiële sector (banken & verzekeraars)
<https://economie.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/guidance/toegankelijkheid/toegankelijkheid-guidelines>

Jouw digitale uithangbord: de toegankelijkheidsverklaring

Als je onder de wettelijke verplichtingen valt, moet je op je website of app een **toegankelijkheidsverklaring** publiceren, ook wel EU-conformiteitsverklaring genoemd. Die verklaring hoort geen moeilijk vindbare pdf te zijn, maar een **toegankelijke webpagina die bezoekers makkelijk terugvinden**, bijvoorbeeld via de footer.

In die verklaring leg je in heldere taal uit hoe toegankelijk je digitale platform is. Daarbij vertrek je van de **WCAG-principes: waarneembaar, bedienbaar, begrijpelijk en robuust**.

Je vermeldt ook welk nalevingsniveau je behaalt, welke onderdelen eventueel nog niet volledig toegankelijk zijn en hoe gebruikers problemen kunnen melden of feedback kunnen geven.

“



Een toegankelijkheidsverklaring is geen juridisch document dat je ergens verstoppt. Het is een uitgestoken hand naar elke bezoeker die tegen een drempel aanloopt.

Bram Janssens, expert digitale toegankelijkheid

”

De verantwoordelijkheid van web agencies

Web agencies en developers hebben sinds juni 2025 een duidelijke verantwoordelijkheid. Wanneer zij websites of applicaties opleveren die onder de EAA vallen, moeten die conform zijn met de geldende toegankelijkheidsvereisten.

Die verantwoordelijkheid gaat breder dan louter technische uitvoering. Agencies moeten klanten ook voldoende informeren over compliance in de ruime zin. Daar hoort ook bij dat ze wijzen op mogelijke juridische risico's wanneer een website of app niet aan de vereisten voldoet.

Uitzonderingen en de actieve meldingsplicht

Niet elke organisatie valt automatisch onder dezelfde verplichtingen.

Micro-ondernemingen, met minder dan 10 werknemers en een jaaromzet of balanstotaal van maximaal € 2 miljoen, vallen buiten het toepassingsgebied van deze regels.

Daarnaast bestaat er in bepaalde gevallen ruimte om je te beroepen op een **onevenredige last of een fundamentele wijziging**. Dat is echter geen algemene ontsnappingsroute. Wie zich op zo'n uitzondering beroept, moet die beoordeling grondig onderbouwen, actief melden aan de FOD Economie en expliciet toelichten in de toegankelijkheidsverklaring. Zonder die documentatie en melding ben je niet vrijgesteld, maar in overtreding. Bij twijfel kan je best beroep doen op juridisch advies.

“



Onevenredige last is geen blanco cheque. Het is een onderbouwde uitzondering die je documenteert, meldt en toelicht. Wie dat nalaat, is simpelweg in overtreding.

Bart Van Den Brande, advocaat digitaal ondernemen

”

Hoe weet je of je websitebouwer toegankelijke producten kan afleveren?

Toegankelijkheid vereist betrokkenheid van verschillende rollen: van ontwerpers tot developers, UX designers tot marketeers. Het is een gedeelde verantwoordelijkheid. Niet elk webbureau heeft echter dezelfde kennis en ervaring rond digitale toegankelijkheid.

Certificeringen en erkenningen

Vraag of het bureau **medewerkers heeft met een erkende IAAP-certificering (International Association of Accessibility Professionals) rond toegankelijkheid**. Let daarbij op het onderscheid tussen verschillende certificeringen.

De **CPACC** (Certified Professional in Accessibility Core Competences) is de basiscertificering. Die toont aan dat iemand de principes van toegankelijkheid begrijpt, maar zegt niets over technische competenties.

De **WAS** (Web Accessibility Specialist) wijst wel op meer doorgedreven technische expertise.

Tip: In de [officiële IAAP Certified Professional Directory](#) kun je zelf opzoeken welke personen en bedrijven over een certificering beschikken, en sinds wanneer.

Daarnaast biedt AnySurfer een [erkenning aan voor websitebouwers](#). Het AnySurferlabel voor webbedrijven belooft bedrijven die bewezen hebben dat ze toegankelijke websites kunnen bouwen.

Track record

Vraag naar concrete voorbeelden van websites met een positieve toegankelijkheidsverklaring of een erkend label, zoals het AnySurfer label of een vergelijkbaar Europees keurmerk.

Controleer ook of die toegankelijkheidsverklaringen recent zijn bijgewerkt. Een verklaring die de voorbije twee jaar nog is geactualiseerd, zegt vaak meer over de werkelijke aandacht voor toegankelijkheid dan een eenmalige inspanning uit het verleden.

Eigen praktijk

Kijk ook naar het bureau zelf. Heeft het op de eigen website een toegankelijkheidsverklaring gepubliceerd? Wie toegankelijkheid als expertise aanbiedt, moet die ambitie ook in de eigen digitale praktijk waarmaken. Ook op dat vlak blijft geloofwaardigheid belangrijk.

CMS-ondersteuning

Een toegankelijk eindresultaat hangt niet alleen af van de initiële bouw, maar ook van wat daarna gebeurt. Daarom is het belangrijk dat het gebruikte CMS redacteurs ondersteunt bij het toevoegen van toegankelijke inhoud, zoals alternatieve teksten, een correcte koppenstructuur en ondertitels.

Vraag daarom ook om de **backend van het Content Management System** te zien. Als redacteurs niet goed ondersteund worden, verwatert een initiële investering in toegankelijkheid vaak sneller dan je denkt.

Onafhankelijke validatie

Een bureau dat openstaat voor een onafhankelijke toegankelijkheidsaudit, toont professionaliteit. Net zoals een externe boekhouder of DPO extra zekerheid biedt, is ook een onafhankelijke blik op toegankelijkheid een sterk signaal.

Een audit door een derde partij blijft de meest betrouwbare manier om drempels bloot te leggen. In België zijn verschillende organisaties actief die zulke onafhankelijke audits uitvoeren. Een overzicht vind je in de [FeWeb Bedrijvenzoeker](#) door te zoeken op “accessibility”.

“



*Code alleen maakt een website niet toegankelijk. Een externe blik - zeker van iemand die met hulptechnologie werkt - is on-
vervangbaar om echte drempels bloot te leggen. Daar blijf je
als developer van bijleren.*

Bart Van Neste, front-end developer

”

Brede betrokkenheid

Toegankelijkheid mag niet alleen op de schouders van developers terecht-
komen. Vraag daarom of **alle betrokken disciplines**, van design en development
tot copywriting en marketing, vertrouwd zijn met de basisvereisten.

Een sterk bureau kan uitleggen hoe het kennis op peil houdt, hoe het intern op-
leiding organiseert en hoe het ervoor zorgt dat toegankelijkheid niet afhankelijk
is van één persoon.

Samenwerking met ervaringsdeskundigen

Een van de sterkste kwaliteitsindicatoren is **samenwerking met mensen met een beperking**. Vraag of het bureau gebruikers met een beperking betreft bij het testen van websites. Bij grotere agencies kun je ook nagaan of er mensen met een beperking in dienst zijn.

Automatische tools en technische kennis zijn belangrijk, maar ze detecteren lang niet alles. Pas wanneer iemand die werkt met een screenreader, schakelbediening of andere hulptechnologie je website gebruikt, worden echte drempels zichtbaar.

Bureaus die daar structureel mee werken, leveren doorgaans sterkere resultaten af en tonen tegelijk dat inclusie voor hen geen abstract begrip is, maar een dagelijkse praktijk.

“



Geen enkele geautomatiseerde test kan vervangen wat je leert door een echte gebruiker met een screenreader door je site te zien navigeren. Dan zie je waar de echte knelpunten zitten.

Bart Simons, expert digitale toegankelijkheid

”

Aan de slag: van keuze tot oplevering

Heb je een websitebouwer gekozen? Dan is het tijd om toegankelijkheid concreet te verankeren in je project. De belangrijkste stappen worden hier opgelijst.

- **Leg de norm contractueel vast**

Leg in het contract vast aan welke standaard de website bij oplevering moet voldoen. Voor webtoegankelijkheid is **WCAG 2.2 niveau AA** de aangewezen referentie.

Belangrijk is dat je die norm niet alleen vermeldt, maar omzet naar **meetbare acceptatiecriteria**. Zo vermijd je discussies bij oplevering en weet elke partij vooraf wat verwacht wordt.

- **Vertrek vanuit een nulmeting**

Heb je al een bestaande website, dan is een **audit of nulmeting** een logisch vertrekpunt. Zo krijg je zicht op de grootste knelpunten en kun je bepalen waar de prioriteiten liggen.

Een nulmeting maakt het bovendien makkelijker om gericht te werken en voortgang op te volgen.

● Schakel tijdig expertise in

Wie toegankelijkheid vanaf de start meeneemt, voorkomt problemen later in het traject. **Vroege betrokkenheid van experts** helpt om sneller risico's te detecteren, efficiënter te werken en kennis binnen het project op te bouwen.

Hebben jij of je websitebouwer nog weinig ervaring met digitale toegankelijkheid, schakel dan tijdig een externe specialist in. In de [FeWeb Bedrijvenzoeker](#) vind je gespecialiseerde agencies door te zoeken op 'accessibility' of 'toegankelijkheid'. Je kunt ook de [IAAP Certified Professional Database](#) raadplegen om gecertificeerde specialisten te vinden.

● Zorg voor doorlopend onderhoud

Digitale toegankelijkheid is geen eenmalig project, maar een **vast onderdeel van het beheer van je website of app**. Niet alleen technische wijzigingen, maar ook nieuwe content, campagnes, pdf's, formulieren, video's en externe tools kunnen nieuwe drempels veroorzaken.

“



Toegankelijkheid achteraf inbouwen is als een huis verbouwen terwijl je erin woont. Het kan, maar het kost een veelvoud van wat het zou kosten als je het van bij het begin juist had gedaan.

Roel Van Gils, ambassadeur digitale toegankelijkheid

”

Daarom vraagt toegankelijkheid **blijvende aandacht op vijf vlakken:**

- 1 Documenteer afspraken en keuzes**
Leg richtlijnen vast voor content, design, componenten en ontwikkeling. Zo werk je met een gedeelde aanpak en voorkom je dat toegankelijkheid afhankelijk wordt van individuele interpretatie.
- 2 Veranker toegankelijkheid in je publicatieproces**
Nieuwe pagina's, nieuwsberichten, campagnes, pdf's, video's en formulieren hebben allemaal een impact op toegankelijkheid. Toegankelijk onderhoud is dus niet alleen technisch, maar ook redactioneel en operationeel.
- 3 Test regelmatig, ook bij externe integraties**
Controleer toegankelijkheid bij nieuwe inhoud, functionele aanpassingen, releases en koppelingen met externe tools zoals cookiebanners, betaalflows, chatwidgets of formulieren. Gebruik automatische tools als eerste stap, maar vul die altijd aan met manuele controles.
- 4 Wijs verantwoordelijkheid toe en evalueer periodiek**
Zorg dat intern duidelijk is wie toegankelijkheid opvolgt en betrek die persoon tijdig bij wijzigingen. Plan daarnaast op vaste momenten een bredere evaluatie in.
- 5 Actualiseer je verklaring en verzamel feedback**
Hou je toegankelijkheidsverklaring up-to-date en maak het eenvoudig voor bezoekers om problemen te melden. Hun ervaringen brengen vaak knelpunten aan het licht die je met tools alleen niet ziet.

“



Een toegankelijke website blijft alleen toegankelijk als je ze ook zo beheert. Onderhoud, contentupdates en nieuwe functionaliteiten bepalen mee of mensen kunnen blijven meedoen.

Ingrid Stojnic, UX specialist & Front-end developer

”

AI en digitale toegankelijkheid: nuttig hulpmiddel, geen oplossing op zich

Artificiële intelligentie creëert vandaag nieuwe kansen om digitale toegankelijkheid te ondersteunen. Toch maakt AI een website of app niet automatisch toegankelijk.

Artificiële intelligentie of AI kan helpen bij automatische ondertiteling, transcripties, bij het schrijven van alternatieve teksten, het vereenvoudigen van complexe content, screenen op klare taal of het sneller detecteren van mogelijke toegankelijkheidsproblemen in code en content.

Toch maakt AI een website of app niet automatisch toegankelijk. Automatisch gegenereerde beschrijvingen, ondertitels of inhoud zijn niet altijd correct, volledig, wenselijk of begrijpelijk. Ook AI-chatbots, zoekfuncties en gegenereerde interfaces kunnen zelf nieuwe drempels veroorzaken als ze niet op bruikbaarheid en toegankelijkheid getest worden.

Menselijke controle blijft daarom noodzakelijk. Wie AI inzet in content, code of klantinteracties, blijft verantwoordelijk voor de kwaliteit, de duidelijkheid en de toegankelijkheid van de output. AI kan het werk versnellen, maar neemt de verantwoordelijkheid niet over.

Gebruik je AI binnen je digitale dienstverlening, dan moet ook die output voldoen aan dezelfde toegankelijkheidseisen als de rest van je website of app.

Accessibility overlays: waarom ze niet werken

Steeds meer aanbieders verkopen zogenaamde **accessibility overlays: scripts die bovenop een website worden geplaatst en beloven om die met één klik toegankelijk te maken**. Bekende voorbeelden zijn AccessiBe, UserWay en EqualWeb.

Hoewel die oplossingen overtuigend gepositioneerd worden, lossen ze de kern van het probleem niet op.

- ➔ Ze voegen vaak een zichtbaar icoon toe waarmee bezoekers instellingen zoals contrast, lettergrootte of lettertype kunnen aanpassen. Sommige claimen zelfs automatisch technische fouten te corrigeren. Maar de onderliggende broncode blijft onaangeroerd, en dus blijven de echte toegankelijkheidsproblemen bestaan.
- ➔ Bovendien verstoren overlays geregeld de werking van hulp-technologie zoals screenreaders en schakelbediening. Voor gebruikers die daarvan afhankelijk

zijn, maken ze de ervaring soms zelfs slechter.

- ➔ Ze bieden ook geen echte conformiteit. De EAA vereist dat de website zelf toegankelijk is, niet dat er een extra laag bovenop wordt geplaatst.
- ➔ Het grootste risico is misschien nog het valse gevoel van veiligheid. Organisaties die een overlay installeren, denken soms dat ze in orde zijn en investeren daarna niet meer in structurele toegankelijkheid. Dat verhoogt net het risico op klachten, reputatieschade en juridische problemen.

De internationale gemeenschap van mensen met een beperking heeft zich herhaaldelijk uitgesproken tegen dit soort oplossingen. Op [overlayfactsheet.com](https://www.overlayfactsheet.com) staan meer dan 700 ondertekeningen van belangenorganisaties, onderzoekers en professionals die overlays afraden. Hun boodschap is duidelijk: **toegankelijkheid kent geen shortcuts**.

Maak van toegankelijkheid een waarde binnen je bedrijf

Een toegankelijke website bouwen is een belangrijke stap. Maar de echte impact ontstaat pas wanneer toegankelijkheid deel wordt van de manier waarop je organisatie denkt, werkt en beslist.

Accessibility champions: de motor van verandering van binnenuit

Een van de meest effectieve manieren om toegankelijkheid levend te houden in een organisatie, is het aanstellen van **accessibility champions**: dat zijn medewerkers die binnen hun eigen team of afdeling mee de aandacht voor toegankelijkheid dragen.

Het gaat niet om externe consultants of losstaande specialisten, maar om collega's die bewustzijn creëren, vragen helpen beantwoorden en toegankelijkheid mee opnemen in dagelijkse keuzes.

Zo'n champion hoeft geen puur technische expert te zijn. Wat telt, is **betrokkenheid en de bereidheid om anderen mee te trekken**. Dat kan een UX designer zijn die toegankelijkheidscriteria structureel meeneemt in wireframes, een developer die goede praktijken deelt met collega's, of een contentmanager die weet wanneer alternatieve teksten wel of niet nodig zijn.

Een netwerk van champions helpt om kennis horizontaal te verankeren en voorkomt dat toegankelijkheid stilvalt zodra één sleutelfiguur wegvalt.

Iedereen draagt bij op zijn eigen manier

Toegankelijkheid is geen exclusieve verantwoordelijkheid van development of legal. Elke rol in een organisatie draagt bij aan de implementatie van toegankelijkheid:

- ✓ **C-level en management** nemen toegankelijkheid op in strategische doelstellingen en maken tijd, budget en opleiding mogelijk. Zonder die steun blijft toegankelijkheid te vaak afhankelijk van goodwill.
- ✓ **Product managers** bewaken dat toegankelijkheid een vast onderdeel is van sprints, roadmaps en features, en niet iets dat pas achteraf op tafel komt.
- ✓ **UX designers** integreren toegankelijkheidscriteria vanaf het eerste wireframe, zodat inclusie ingebakken zit in het ontwerp en niet achteraf moet worden rechtgezet.
- ✓ **Developers** zetten die keuzes om in toegankelijke code en helpen goede praktijken verspreiden binnen het team.
- ✓ **Sales en business development** zetten toegankelijkheid in als zakelijk argument: een toegankelijke webshop bereikt een breder publiek en toont partners en klanten dat je organisatie serieus omgaat met inclusie.
- ✓ **Customer service** vangt vaak als eerste signalen op van gebruikers die vastlopen. Die feedback is bijzonder waardevol, op voorwaarde dat ze intern de juiste weg vindt.

“



Het principe van universaliteit vormt het fundament van het web. Zoals Tim Berners-Lee het in 1997 verwoordde: “The power of the Web is in its universality. Access by everyone regardless of disability is an essential aspect.” Die visie sluit aan bij de rol die DNS Belgium al jarenlang opneemt binnen het .be-ecosysteem. Toegankelijkheid is geen toevoeging, maar een essentieel onderdeel van het internet.

Hilde Van Bree, DNS Belgium

”

Waar sta je vandaag?

Voordat je aan de slag gaat, is het nuttig om even stil te staan bij de huidige situatie. Hoe ver staat jouw organisatie al met het opnemen van toegankelijkheid in dagelijkse processen en beslissingen?

Een goed vertrekpunt is de **Inclusion Index van Digitall**. Dit is een gratis online assessment die de digitale inclusie van je organisatie in kaart brengt. Het instrument laat je nadenken over zeven domeinen, waaronder de technische toegankelijkheid van je website, het gebruik van klare taal, de betrokkenheid van gebruikers bij de ontwikkeling van digitale producten, en de continuïteit tussen online en offline dienstverlening.

Het resultaat is een overzicht van wat al goed loopt en waar nog werk aan de winkel is. Zo'n evaluatie is geen eindpunt, maar een startpunt en een gemeenschappelijke taal voor iedereen in je organisatie.

 digitalinclusionindex.digitall.be/nl

Investeren in kennis

Toegankelijkheid duurzaam verankeren begint bij bewustzijn, en bewustzijn groeit door opleiding. Dat kan gaan van een korte introductiesessie voor een volledig team tot verdiepende trainingen voor designers en developers, of gespecialiseerde opleidingen voor medewerkers die een trekkersrol opnemen.

Investeren in opleiding is niet alleen een investering in technische kennis. Het zorgt ook voor een gedeeld begrip binnen de organisatie, zodat toegankelijkheid niet bij één persoon blijft hangen maar een gezamenlijke verantwoordelijkheid wordt.

Een overzicht van opleidingen vind je op: <https://www.w3.org/WAI/courses/list/>

Voorkom discussies en risico's

Bij de ontwikkeling van een nieuwe website is het belangrijk om digitale toegankelijkheid expliciet op te nemen in een lastenboek en contract, met duidelijke en meetbare acceptatiecriteria. Dat voorkomt discussies bij oplevering en beschermt zowel opdrachtgever als leverancier.

Reputatierisico

Een van de grootste en tegelijk meest onderschatte risico's is reputatieschade. Wanneer een gebruiker met een beperking een belangrijke dienst niet kan gebruiken en daar geen gehoor voor vindt, kan dat leiden tot **negatieve media-aandacht of publieke kritiek** op sociale media.

Dat patroon komt steeds vaker voor: een klacht die te lang blijft liggen, groeit uit tot een breder reputatieprobleem.

Een bekend voorbeeld is de lancering van de itsme-app zonder ondersteuning voor screenreaders. Daardoor konden blinde en slechtziende gebruikers zich niet digitaal identifice-

ren. De negatieve berichtgeving die daarop volgde, dwong een versnelde aanpassing af en tastte het vertrouwen van een kwetsbare doelgroep aan.

En itsme is geen uitzondering: banken, verzekeraars en overheidsdiensten die klachten over toegankelijkheid te lang negeren, riskeren dezelfde dynamiek.

Juridisch risico

Niet-naleving van de EAA kan leiden tot **klachten van burgers, belangenorganisaties of handhavingsinstanties**. Dat kan resulteren in geldboetes en in de verplichting om aanpassingen door te voeren.

Bij projecten die met Europese subsidies worden gefinancierd, geldt bovendien steeds vaker de verplichting om via een externe, onafhankelijke WCAG-audit aan te tonen dat de website of applicatie toegankelijk is. Kun je zo'n rapport niet voorleggen, dan kan dat de uitbetaling van subsidies vertragen of blokkeren.

Financieel risico en technische schuld

Wie toegankelijkheid uitstelt, ziet de kost meestal toenemen. Dat werkt op dezelfde manier als technische schuld: **elke nieuwe ontoegankelijke feature vergroot de achterstand en maakt latere correcties duurder**.

Toegankelijkheid niet meenemen vanaf de start lijkt soms goedkoper, maar zorgt er in de praktijk vaak voor dat de factuur later oploopt.

Twijfel je of je websitebouwer de juiste expertise heeft, dan is een onafhankelijke expert inschakelen vaak een verstandige stap. Zie daarvoor ook het hoofdstuk **“Hoe weet je of je websitebouwer toegankelijke producten kan afleveren?”**

“



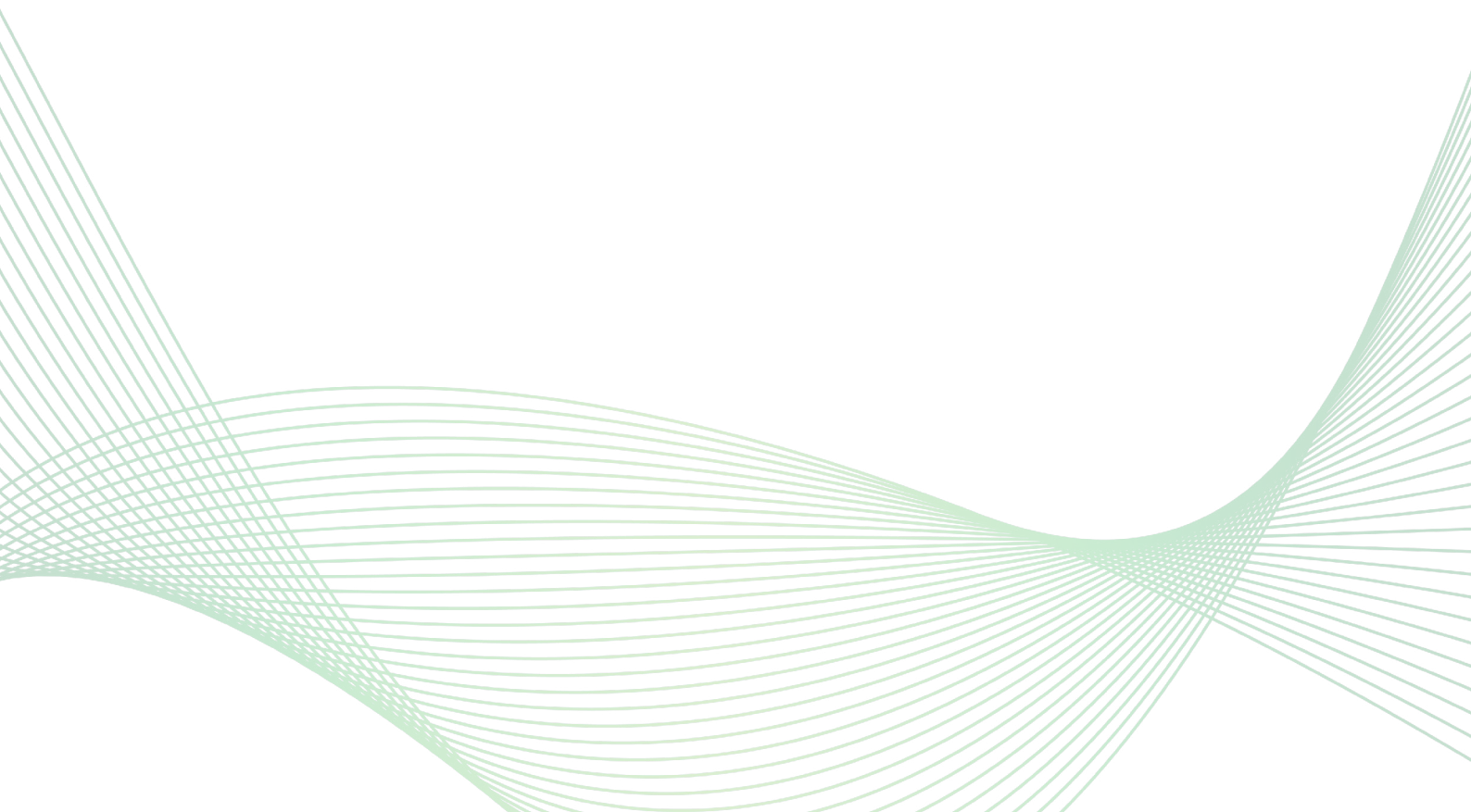
Digitale toegankelijkheid is uiteindelijk een kwestie van respect. Respect voor de diversiteit van uw bezoekers, respect voor de kracht van het web als democratisch medium, en respect voor uw eigen organisatie die het verdient om professioneel en inclusief naar buiten te komen.

Nicky Kerfs, co-founder digitaal agentschap

”

Kortom...

Digitale toegankelijkheid is een gedeelde verantwoordelijkheid. Wie ze vanaf het begin meeneemt in een project, bouwt niet alleen conform de wet, maar werkt ook aan meer bereik, een sterkere reputatie en een betere gebruikerservaring. Toegankelijkheid is dus geen bijzaak, maar een kwaliteitscriterium voor elke moderne digitale omgeving. Dus: aan de slag ermee!



Referenties

- 1 Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) - “Disability and health” - <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>
- 2 W3C Web Accessibility Initiative - “The Business Case for Digital Accessibility” — <https://www.w3.org/WAI/business-case/>
- 3 Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) - “Disability and health” — <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>
- 4 Accenture — “Getting to Equal: The Disability Inclusion Advantage” (2018) - <https://www.accenture.com/us-en/insights/getting-to-equal-disability-inclusion>
- 5 Click-Away Pound Report (2019), Freeney Williams - <https://www.clickaway-pound.com/>
- 6 European Disability Forum / Eurostat EU-SILC - <https://www.edf-feph.org/> — https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Disability_statistics

Over FeWeb

FeWeb is het netwerk voor digitale professionals, agentschappen en dienstverleners in development, e-commerce, digitale marketing en creatie. Als Belgische beroepsvereniging brengt FeWeb bedrijven samen, versterkt hun expertise en vertegenwoordigt hun belangen. De organisatie stimuleert digitaal ondernemerschap, kennisdeling en samenwerking, en inspireert de community via events, publicaties en werkgroepen. Met opleidingen en actieve dialoog met de overheid zet FeWeb in op professionalisering en kwaliteit, met als doel de groei van digitale professionals, hun bedrijven en de volledige Belgische digitale sector te ondersteunen.

FeWeb vzw-asbl

Federatie van Webbedrijven – Fédération des métiers du Web

Kerkstraat 108, 9050 Gentbrugge

Transforma, J. Bordetlaan 13, 1140 Brussel

E: info@feweb.be – T. 09 324 77 71 – www.feweb.be

Verantwoordelijke Uitgever: Marc Mestdagh (FeWeb), Kerkstraat 108, 9050 Gentbrugge

FeWeb Partners:

