



Checklist toegankelijke communicatie

Versie 25 september 2019

Titel publicatie:

Datum screening:

Deze screening gebeurt door (naam en organisatie)

Deze gedrukte of digitale publicatie is een initiatief van..... (naam organisatie / afdeling)

Duid het type communicatiekanaal aan:

Gedrukt

- Folder of flyer
- Brochure of boekje
- Affiche
- Andere

Digitaal

- Website
- Elektronische nieuwsbrief (via e-mail)
- Facebookpagina
- Instagram
- Twitter
- Online filmpje
- App
- Andere

Situering

Communicatiedoelgroepen

- Omschrijf kort wie je met deze publicatie wilt bereiken:

- Hoofddoelgroep:

- Specifieke aandachtsgroepen:

Communicatiedoelen

- Omschrijf kort wat je met deze publicatie wilt bereiken: welke effecten beoog je?

Bijvoorbeeld

- aandacht vestigen op aanbod: project, activiteit, dienst of product
- informeren
- aanzetten om in te schrijven, om deel te nemen aan een activiteit, om een beroep te doen op een dienst ...
- houding en gedrag positief beïnvloeden
- ondersteunen met extra info, voor wie al min of meer op de hoogte is
- een positief, laagdrempelig imago
- de doelgroep interactief betrekken
-

Checklist

A. Respect voor en betrokkenheid van de doelgroep(en)?

- 1. Was de **doelgroep betrokken** bij de voorbereiding van deze publicatie, met suggesties voor bijvoorbeeld kanaalkeuze, inhoud, vorm, aanbrengen van teksten of beelden, distributie?
O Ja O Neen O Min of meer
- 2. Was er een **pre-testing** van de publicatie bij leden van de doelgroep?
O Ja O Neen O Min of meer
- 3. Zijn de doelgroepen **herkenbaar** en evenwichtig **aanwezig** in de inhoud (m/v, van jong tot oud, etnisch-culturele diversiteit, m/v/x ...)?
O Ja O Neen O Min of meer
- 4. Is de **toon** oké: noch betuttelend, noch kinderlijk, noch ambtelijk ... ?
O Ja O Neen O Min of meer
- 5. Is er een (consequent) **aanspreken** met u of je (geen 'men')?
O Ja O Neen O Niet van toepassing

Opmerkingen:

B. Vindbaarheid en bereik van dit communicatieproduct

- 6. Bij drukwerken: wordt de publicatie **verspreid** op plaatsen waar de doelgroepen komen?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
- 7. Wordt de publicatie ook **persoonlijk bezorgd aan** (uitgedeeld aan/gemaïld naar/gestuurd naar) leden van de doelgroep?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
- 8. Is deze informatie ook doorgegeven aan/**via tussenpersonen** uit de omgeving van de doelgroep?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
- 9. Is er een **equivalent in een ander kanaaltype**: gedrukt, online en/of mondeling?
O Ja O Neen O Ik weet het niet

Opmerkingen:

C. Communicatie over dit communicatieproduct

- 10. Is de publicatie **gratis**?
O Ja O Neen O Ik weet het niet

- 11. Slaat de publicatie de **brug naar andere kanalen**:
O Ja O Neen
Indien ja, naar welke andere kanalen?
 - contactpersoon
 - telefoonnummer
 - fysiek onthaaladres
 - website
 - e-mailadres
 - Facebook
 - Instagram
 - online filmpje
 - ...

Opmerkingen:

D. Is de tekst inhoudelijk oké?

- 12. Kan iemand **zonder voorkennis** over dit onderwerp de tekst plaatsen en begrijpen?
O Ja O Neen O Ik weet het niet

- 13. Bevat de publicatie **getuigenissen, verhalen of citaten vanwege de doelgroep**?
O Ja O Neen

- 14. Is de inhoudelijke **dosering** oké: met noch te veel, noch te weinig informatie?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet

Opmerkingen:

E. Is de taal toegankelijk?

- 15. Bestaat de tekst uit korte alinea's met **korte zinnen** (max. 15 woorden per zin)?
O Ja O Neen O Min of meer
- 16. Bestaat de tekst uit **eenvoudige woorden** (dus zonder jargon, afkortingen ...) ?
O Ja O Neen O Min of meer
- 17. Vermijdt de tekst figuurlijk **taalgebruik/beeldspraak** (bijvoorbeeld 'als je dat onder de knie hebt')?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
- 18. **Tekstballast**: vermijdt de tekst overtollige woorden (dit zijn weinigzeggende woorden die geen meerwaarde bieden, bijvoorbeeld 'tien voorbeelden' in plaats van 'tien verschillende voorbeelden')?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
- 19. Is het **taalgebruik actief**, zonder passiefconstructies ('worden')?
O Ja O Neen O Min of meer O Niet van toepassing
- 20. Is er visuele versterking waar het kan: **schema's**, tabellen en lijstjes in plaats van uitgeschreven tekst? Is de info in de schema's voldoende duidelijk leesbaar en gestructureerd?
O Ja O Neen O Min of meer
- 21. Biedt de publicatie een **verwijzing in een andere taal** voor wie helemaal Nederlandsonkundig is?
O Ja O Neen
- 22. Heeft de doelgroep voor (delen van) deze publicatie **nood** aan een **vertaling**?
O Ja O Neen O Ik weet het niet

Indien ja: is er een **gehele of gedeeltelijke vertaling** voorzien?

O Ja O Neen O Ik weet het niet

Opmerkingen:

F. Is de lay-out toegankelijk en overzichtelijk?

- 23. Is de tekst **goed gestructureerd**: wie, wat, waar, waarom, wanneer, hoe?
O Ja O Neen O Min of meer
- 24. Valt de **praktische informatie** (bv. contactgegevens) goed op?
O Ja O Neen O Min of meer
- 25. Enkel bij langere teksten: is de tekst ingedeeld in korte stukjes met **tussentitels**?
O Ja O Neen O Min of meer O Niet van toepassing

- 26. Staan belangrijke woorden in het **vet** (niet onderlijnd)?
O Ja O Neen O Min of meer
- 27. Bevat de tekst weinig of geen woorden in **cursief** of in HOOFDLETTERS?
O Ja O Neen O Min of meer
- 28. Is de lettergrootte **voldoende groot** om gemakkelijk leesbaar te zijn?
O Ja O Neen O Min of meer
- 29. Is er overal een goed **contrast** tussen letters en achtergrond?
O Ja O Neen O Min of meer
- 30. Is de lay-out niet te vol, maar voldoende **luchtig**?
O Ja O Neen O Min of meer

Opmerkingen:

G. Alleen voor online media: gebruiksvriendelijkheid – usability

- 31. Bij websites met meer pagina's dan een homepage: is er een **zoekfunctie**?
O Ja O Neen O Niet van toepassing
- 32. Is er een overzicht met de (bijvoorbeeld 5) **meest gezochte informatie-items**?
O Ja O Neen
- 33. Staan er **contactgegevens** op de homepage?
O Ja O Neen
- 34. Staan er **uren** van bereikbaarheid (telefoon en ter plaatse) op de homepage?
O Ja O Neen
- 35. Is de informatie gestructureerd volgens voor de doelgroep **begrijpbare en nuttige trefwoorden**?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
- 36. Alleen voor websites: is de website '**responsive**', namelijk zowel op een gewone computer als op een smartphone bruikbaar?
O Ja O Neen O Min of meer

Opmerkingen:

H. Beeldmateriaal

- 37. Alleen bij folders, affiches, tijdschriften en Facebook-posts: trekt bij een eerste aanblik deze publicatie de aandacht? (bv. door oogcontact met de persoon op de foto, door onverwachte beelden, kleuren of titel ...)?
O Ja O Neen O Min of meer

- *filtervraag: bevat de publicatie beeldmateriaal (foto's, tekeningen ...)*
⇒ Indien neen, ga na naar vraag 36

- 38. Toont het beeldmateriaal **waar de publicatie over gaat**?
O Ja O Neen O Min of meer

- 39. **Ondersteunen** de beelden de tekst: bieden ze meerwaarde?
O Ja O Neen O Min of meer

- 40. Indien gebruik van **iconen**, pictogrammen ...: zijn ze bevattelijk voor iedereen?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet

- 41. Ogen de foto's **authentiek** en spontaan?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet
O Niet van toepassing

Opmerkingen:

I. Herkenbaarheid

- 42. Is het duidelijk van welke organisatie deze publicatie komt (naam, logo)?
O Ja O Neen O Min of meer O Ik weet het niet

Opmerkingen:

G. Conclusie

- 43. Heb je nog aanvullingen, opmerkingen, bedenkingen of suggesties i.v.m. product?