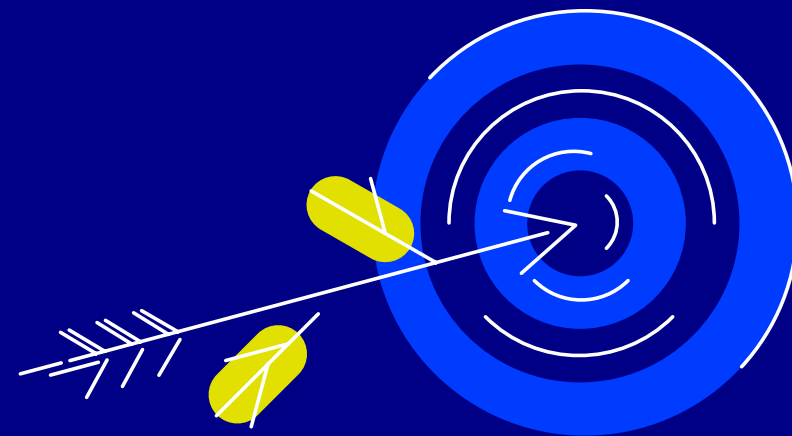


Ligipääsetav kommunikatsioon ja turundus turismis



Jakob Rosin, Maarja Metsla-Rosin

Ligipääsuke OÜ

7. Oktoober 2025

visit estonia

Seminari kodukord ja ligipääsetavus

 **LIGIPÄÄSUKE**

TERVIKLIKUD LIGIPÄÄSETAVUSE LAHENDUSED!

KONSULTATSIOONID
DIGILIGIPÄÄSETAVUSE NÕUSTAMINE JA AUDIT
KOOLITUSED
FÜÜSILINE LIGIPÄÄSETAVUS
ÜRITUSTE NÕUSTAMINE JA KORRALDAMINE



Ajupesu,
et olla ühel lainel



❖ Lapsed

❖ Noored

❖ Eakad

❖ Ajutise terviseprobleemidega
inimesed

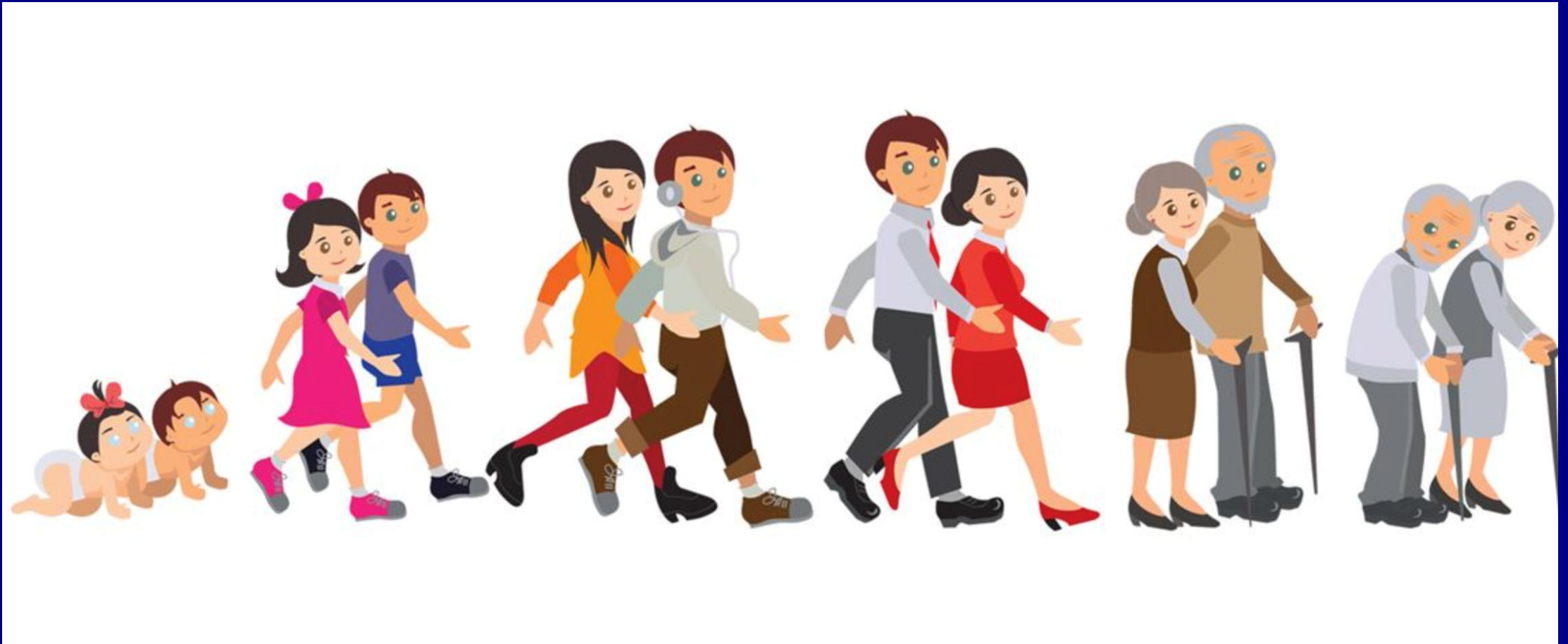
❖ Lapsevanemad

❖ Võõrkeelne elanikkond

❖ Puuetega inimesed



Erivajadused



Peamised funktsioonid, mis määravad ligipääsetavuse vajaduse

Mõistmine

Liikumine

Kuulmine

Nägemine

Peamised tingimused, mida tagada

Võimalikkus

Turvalisus

Mugavus

Sihtgrupp- suguvõsa kokkutulek

- Keda me enda juurde ootame?
- Kelle me välja jätame?



Paneme end erinevatesse kingadesse



Julgustame kasutama ligipääsetavuse sümbolina



Koduleht

Kuidas inimesed su veebilehte kasutavad?

- Ekraanilugeja
- Ekraanisuurendus
- Klaviatuur
- Hääljuhtimine

Ekraanilugeja

- Kasutavad nägemispuudega ning lugemis-erivajadustega inimesed
- Muudab teksti ja struktuuri kõneks või punktkirja
- Loeb infot veebilehe koodist
- Kasutaja annab käsklusi klaviatuuriga
- Eeldab korrektset veebilehe koodi ja loogilist ülesehitust

Ekraanisuurendus

- Kasutavad vaegnägijad või ajutiste nägemisraskustega inimesed
- Suurendab ekraanil pilti = vähendab vaateala
- Võimaldab muuta värve (nt tume taust ja hele tekst)
- Võimaldab navigeerimist hiire või klaviatuuriga
- Eeldab head kontrasti ja selget struktuuri

Klaviatuur

- Kasutavad mootorikahäiretega, või ajutiste vigastustega inimesed
- Klaviatuuriga peab saama fookustada kõiki valikuid (nupud, lingid, vormiväljad ...)
- Klaviatuuri fookus peab olema nähtav

Hääljuhtimine

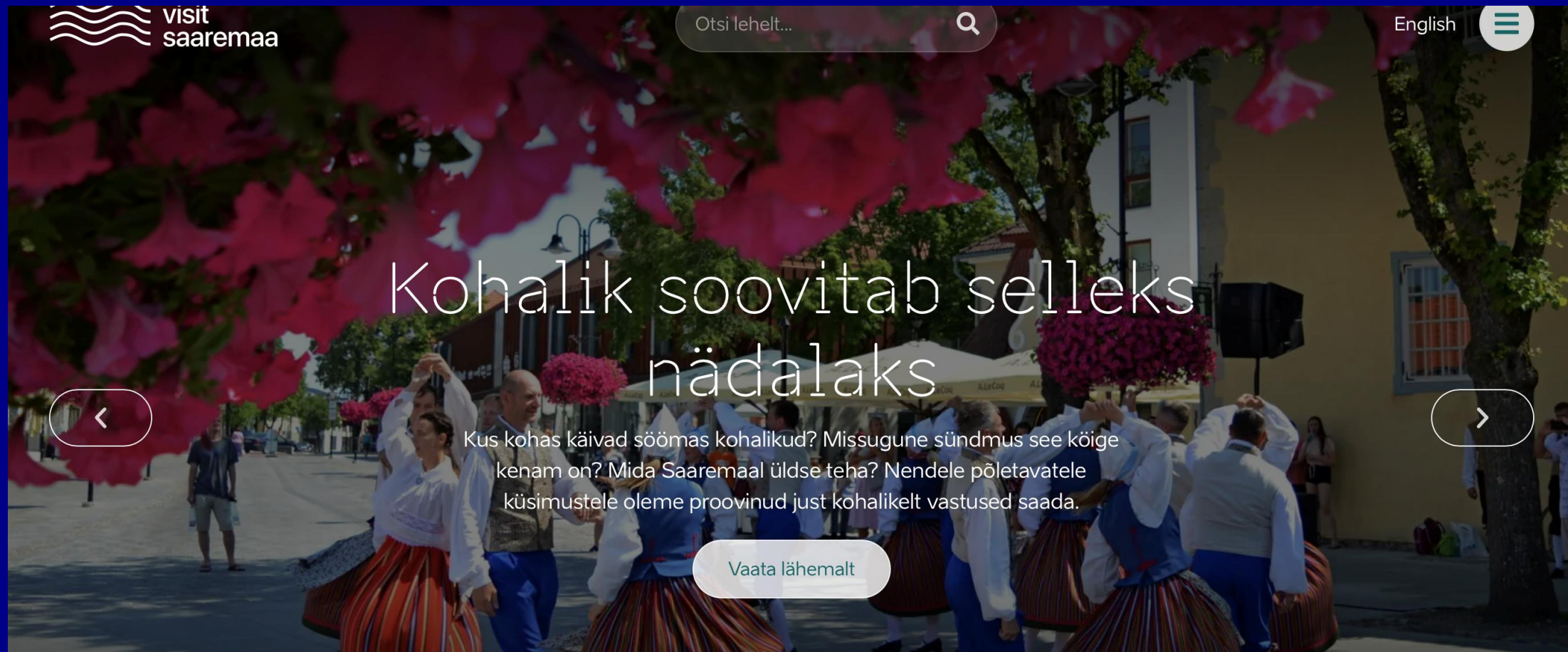
- Kasutavad motoorikahäiretega või intellektipuudega kasutajad
- Võimaldab häälkäsklustega aktiveerida valikuid, kerida lehte, kirjutada teksti
- Eeldab korrektset koodi ja loogilist lehe ülesehitust

Üldlevinud vead kodulehtedel

Logod ja
brändivärvid



Tekst pildi/illustratsiooni peal



Suurendatud vaates tekst pildid



Tunnustused

Kontrastiaps

Jaga

Kava

Vestlus

Partnerid

Abi

Kutsu sõber

14:00



Kuidas kasutada turunduses lugusid?

- [Eia Uus](#)

15:00



Sinu ettevõtte kui tipptalentide magnet: Kuidas parimad enda poolele võita?

- [Sandra Raju](#)

16:00



Kuidas teha edukalt eksporti?

- [Helgor Markov](#)

17:00



Millised süsteemid peavad müügis paigas olema, et edu saavutada?

- [Andrus Albi](#)

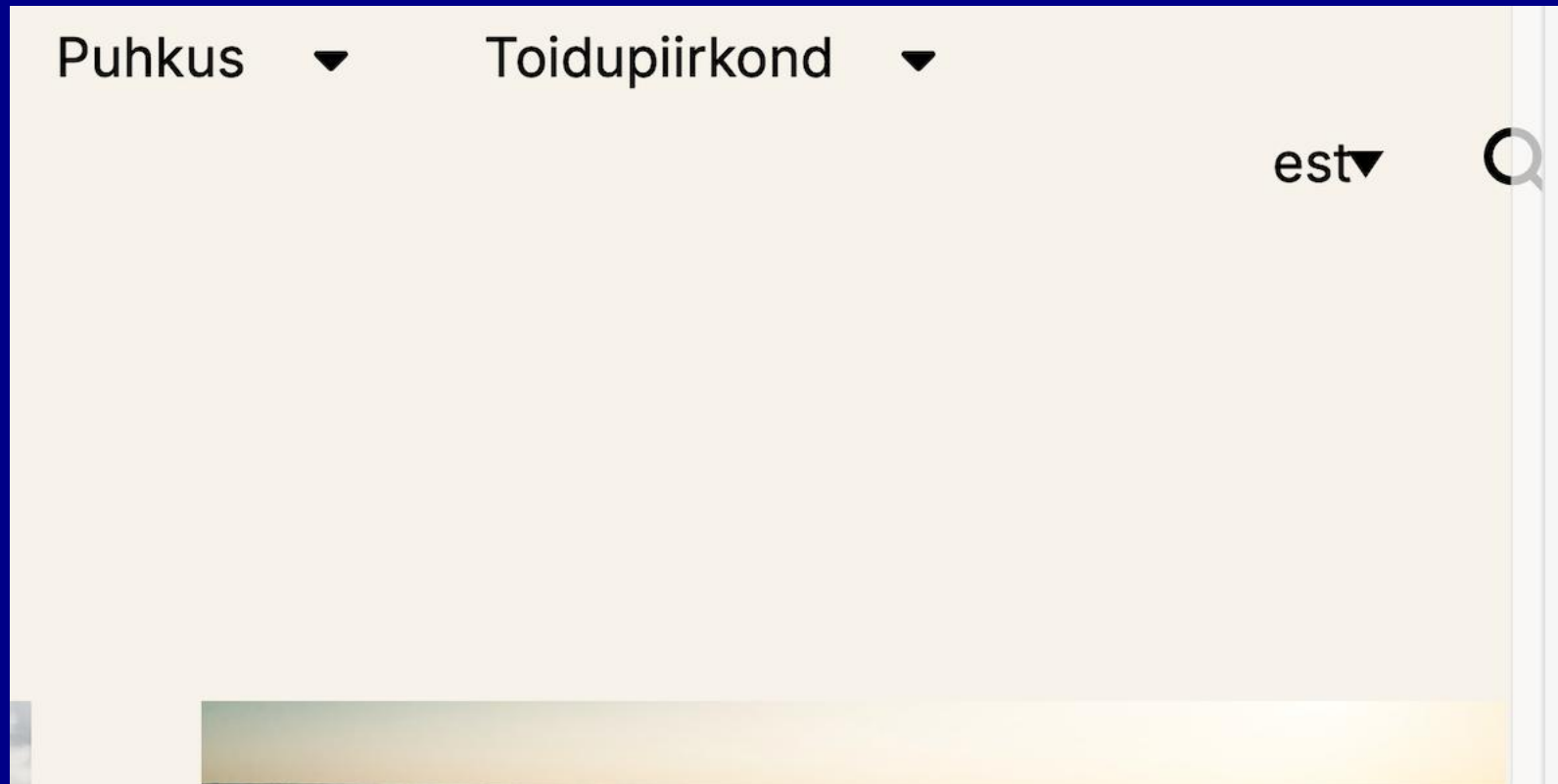
18:00



Kuidas ehitada (persooni) brändi, eristuda ja tänu sellele rohkem müüa?

→ Peida vaade

4 korda suurendatud. Otsingu märki raske tabada.



Rasvane tekst ei ole link.
Mujalt kohe ei leia.

populaarsust kodukohvikute päevad. Kõikide restoranide, kohvikute ja toiduelamuste valiku leiate lehelt **Söö ja joo**.

Mida teha!

- Lisa kõigile piltidele **tekstilised kirjeldused** (ALT-tekst).
- Veendu, et lehe kujundus vastab vähemalt **4,5:1 kontrastisuhte**le.
- **Ära kasuta ainult värve** asjade eristamiseks, lisa ka muid visuaalseid või tekstilisi vahendeid.
- Tee veebileht täielikult **navigeeritavaks klaviatuuriga**.
- Lisa kõikidele videotele ja helifailidele **subtiitrid** või **transkriptsioonid** ning vajadusel **kirjeldustõlge** ja **viipekee**le tõlge.

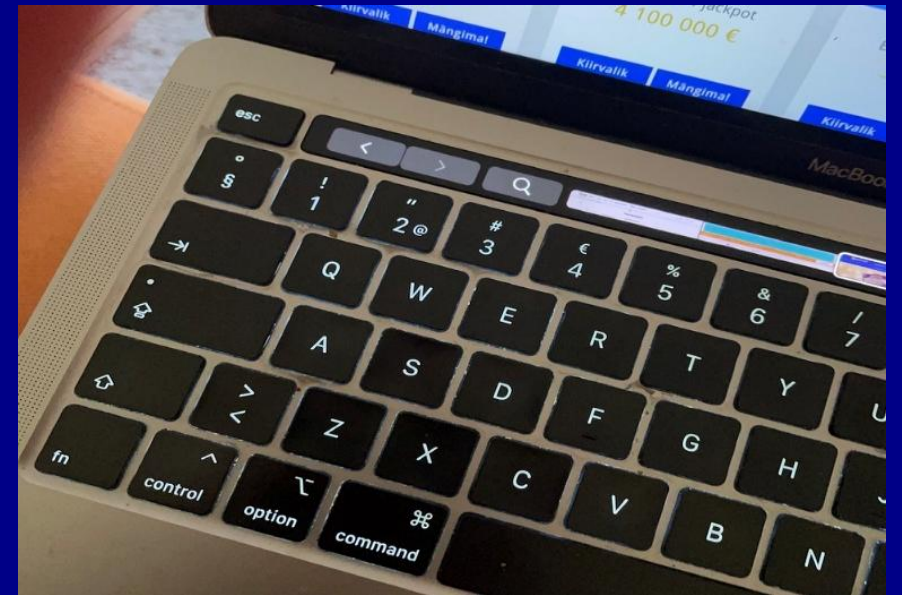
Kodulehe ligipääsetavuse audit

1. Kaardistame su lehe ligipääsetavuse tänase seisu

2. Toome välja probleemid ning nende mõju

kasutajatele

3. Pakume välja konkreetsed näited ja lahendused
arendajale, disainerile ja sisuloojale ligipääsetavuse
parandamiseks



Seadused

- **Avaliku teabe seadus**

Riigiasutuste veebilehed ja mobiilirakendused peavad olema ligipääsetavad

- **Toodete ja teenuste ligipääsetavuse seadus**

Teenusepakkujad, Sh e-poed, transpordiettevõtted, audiovisuaalsisu

vahendajate teenused peavad olema ligipääsetavad



EN 301 549 digiligipääsetavuse standard

- Arendajatele, sisuloojatele ja disaineritele mõeldud ametlik Euroopa Liidu standard
- Reeglid on üsna tehnilised, eeldavad abivahendite ja kasutusloogika tundmist
- Kasulik nõuda selle standardi järgimist hangetes ja tellimustes

Millist infot
inimesed su
veebilehelt
ootavad?



Mitte nii ...



**Info mitte puuete vaid
olukordade järgi !**



Saabumine



Parkimine.

Loe edasi: ligipääsetav parkimiskoht, sissepääsu kaugus parklast

Ühistransport.

Loe edasi: Peatuste kaugus, teekond peatustest

Sissepääs.

Loe edasi: ukse avamine, juhttee, kaldtee olemasolu.

Kirjeldav liikumisjuhhis. Leia siit!

Ligipääsetavus territooriumil

Liikumine

Loe edasi: liftid/kaldteed, selge ja lihtne viidastus, taktiline korruseplaan

Tualetid.

Loe edasi: asukoht, suurus, mähkimislaua olemasolu

Puhkamisvõimalused.

Loe edasi: pinkide asukoht, imetamisala, vaikne ruum

Elamused

Ekskursioonid ja tuurid.

Loe edasi: kirjeldustõlkega või viipekeelsed tuurid, audiogiidid.

Visuaalne ligipääsetavus.

Loe edasi: kontrastsus, alternatiivsed (digitaalsed) võimalused, lihtne keel.

Videod ja heli.

Loe edasi: subtiitrid, kirjeldustõlge ja viipekeel.

Erivõimalused: Võimalus läbida ekskursiooni omas tempos, tellida individuaalne tuur.

Mida veel ?

- Lisa fotosid oma territooriumist ja hoonest
- Lisa lihtsasti mõistetavaid piktogramme (ära liialda)



Kontakt

- + Loo võimalused sinuga kergesti ühendust võtta. Julgustav tekst!
- + Paku mitut kontakti kanalit (e-post, telefon, tekstvestlus)



Sotsiaalmeedia



Teksti loetavus

- Kasuta selget, arusaadavat ja üheselt mõistetavat sõnastust. Ära kasuta erilisi Unicode'i sümboleid, mis matkivad tavalisi tähemärke (nt *Hei*, ΤΣΧΤ jms). Need võivad ekraanilugejates valesti “kõlada” või olla hoopis loetamatud.
- Hoia laused lühikesed ja fookus peamisel sõnumil.

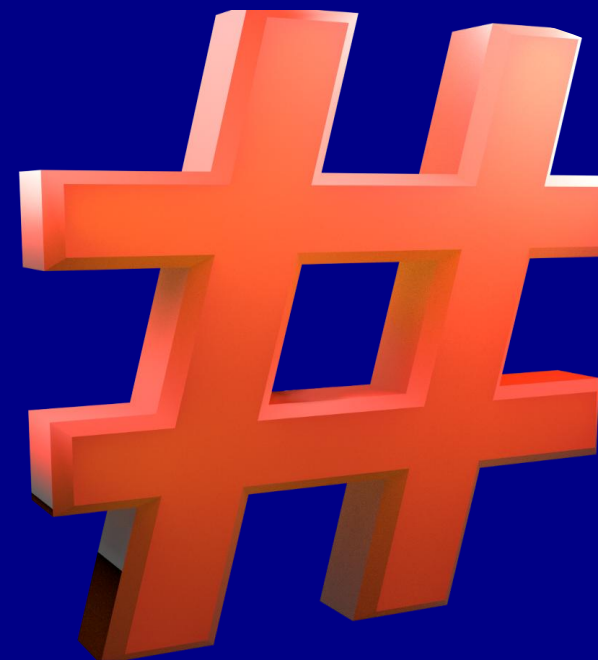
Hashtagid

- Lisa hashtagide ette tühik, et need oleks eristatavad ülejäänud tekstist.

- Pikema hashtagi puhul kasuta suurtähti iga sõnaalguses:
#aitähetsaolid #mälestuseonkallid #armastuselabigavesti

#seeonnäidis

#SeeOnNäidis



Emojid

- Väldi järjest sama või paljude emojite kasutamist.
- Ära asenda sõnu emojitega. Põhisisu peab olema arusaadav ka ilma emojideta.

"Kui märkad 🔥 , kasuta 🧯

"Kui kõlab tulekahju häire 🔥 Kasuta tulekustutit. 🧯 "

Ligipääsetav sisu

- + Kasuta pildikirjeldusi
- + Lisa videotele subtiitrid
- + Kasuta videotes kirjeldustõlget
- + Kasuta videotes viipekeeletõlget
- + Lihtsas keeles kokkuvõte



Näide ligipääsetavast reklaamist



Trükised

Teksti vormistamine

fondi valik + suurus + kontrast + reavahe

Joondus vasakule



align left

estonia. where
bright ideas meet
a can do spirit

We have the highest number of start-up
unicorns per capita in the world.

align center

~~estonia. where
bright ideas meet
a can do spirit~~

~~We have the highest number of start-up
unicorns per capita in the world.~~

align right

~~estonia. where
bright ideas meet
a can do spirit~~

~~We have the highest number of start-up
unicorns per capita in the world.~~

Tähed

MITTE KOGU TEKST SUURTÄHTEDEGA.

Mitte kogu tekst suurtähtedega.

Reavahe

Reavahe vähemalt 1,5

Reavahe vähemalt 1,5

Kirjatüüp/Font

Hea

Verdana

Tahoma

Helvetica

Trebuchet MS

FS Me

Sassoon

Halb

Times New Roman

Arial

Courier / Courier New

Comic Sans

Papyrus

Impact

Aptos

Eestis kasutusel

Aino Headline

estonia.

it's about time!

tere!

Lisavõimalused

- Suures kirjas tekst
- Punktkirjas tekst
- Lihtsas keeles tekst
- Taktiilsed / reljeefsed joonised

Mida veel arvestada

Kontrast: piisav (4.5:1).

Rõhutamine: bold, mitte kursiiv või ainult värv.

Struktuur: korrektsed pealkirjad ja loetelud.

Kas sooviksid saada personaalseid pakkumisi?

Kui soovid saada personaalsemaid pakkumisi, siis palun uuendada enda andmeid ja anna meile teada enda eelistused.

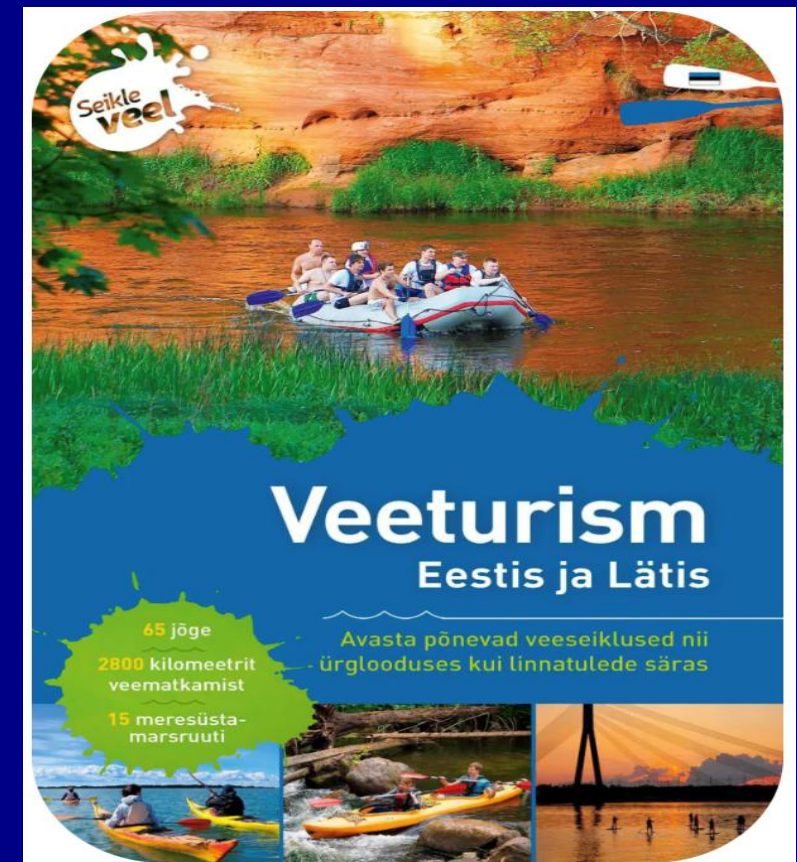
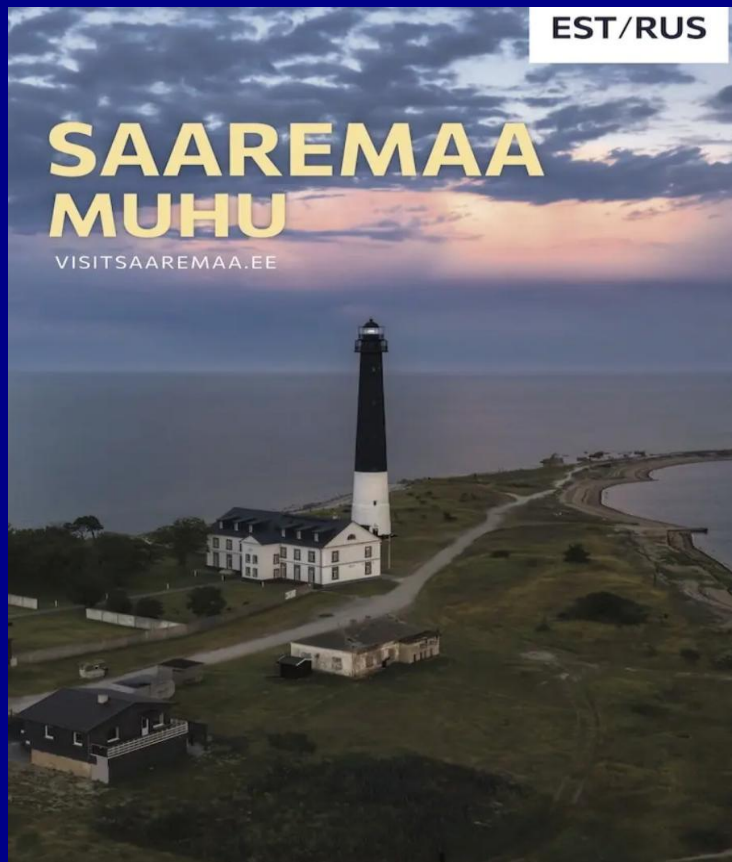
Uuenda andmeid

Если вы хотите обновить свои данные на русском языке, нажмите [здесь](#).

Kas oled kindel, et soovid igapäevaste kampaaniate uudiskirjadest [loobuda](#)?

Sellest kirjast loobudes ei saa sa enam meie pakkumiste kohta infot oma e-mailile, kuid sinu sünnipäevateavitus jääb aktiivseks.

Kontrolli oma materjale



Välimeedia

Vähe aega

0,1–0,3 sek – Silm märkab midagi uut.

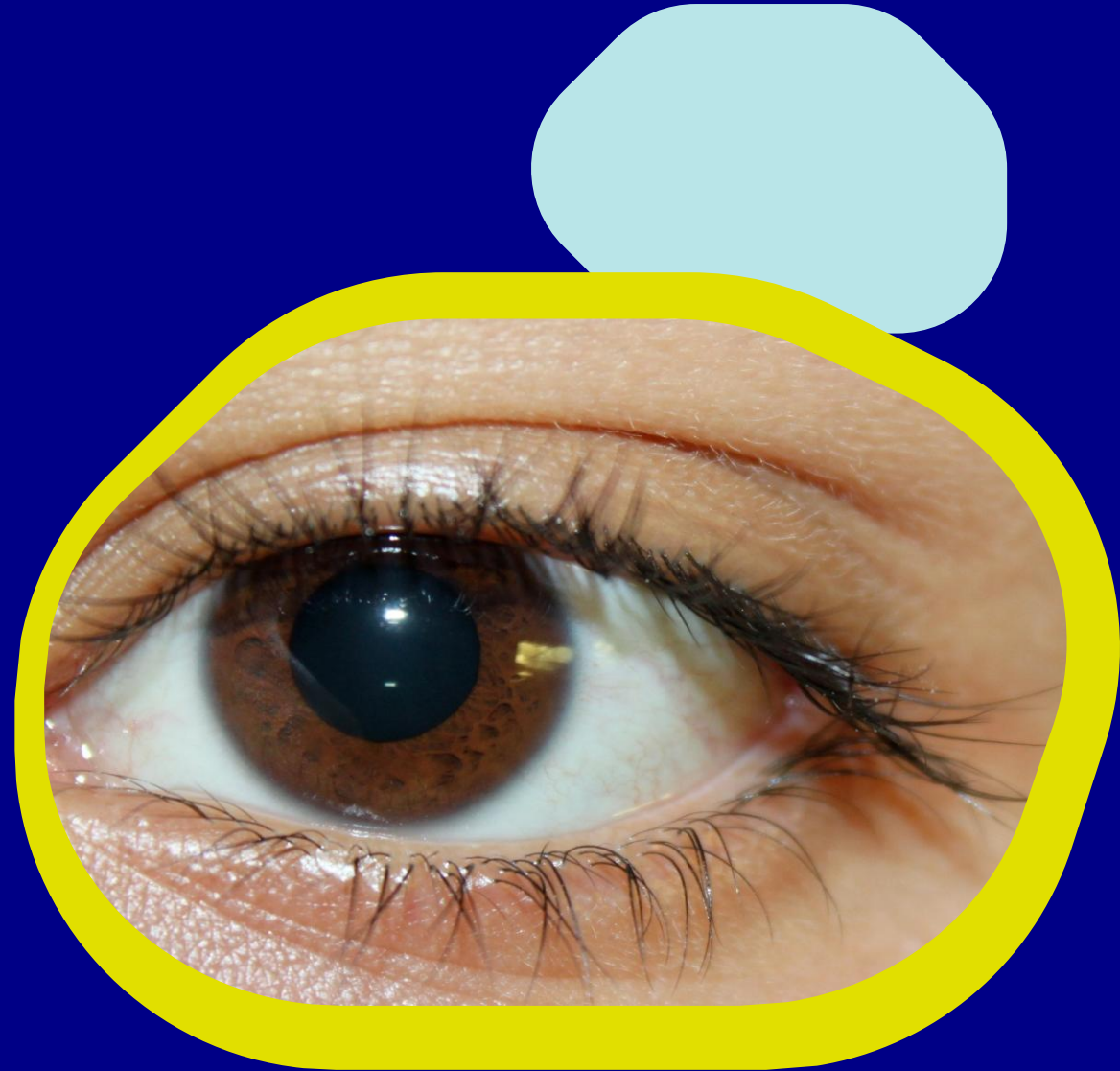
0,3–1 sek – Otsus: vaadata või mitte.

1,5–2,5 sek – Huvi kaob, kui ei köida.

3–4 sek – Tugev sõnum jääb meelde

62,5% inimestest lahkub enne 2,5 sek.

Allikas: Eye-Square uuring



Mida paneb tegema?



Sama reklaam uues kuues



**TULEVIK
SOSISTAB**

**UNISTA
VALJEMALT**

HAKKAB
LOOMA
2  5

Raamatukogud on olnud
aegade algusest unistamispesad.
Unistamistalgud on võimalus
oma kogukonnaga unistada,
sest iga muutus algab unistusest.

Kadri Voorand

**Aravete raamatukogus toimuvad
UNISTAMISTALGUD 3.mail**

kl 11-13

 Pane end kirja **hakkablooma.ee**

Unistamist toetavad:

 **SELVER**
Hea mõte

 **elisa**

 **Skaala**

SISIMINISTRIKUM

Aga nüüd?



Disain tapab sõnumi



Helikujundus

- ❖ Kuulmismeelt ei ole võimalik välja lülitada.
- ❖ Heli loob emotsionaalse sideme brändi ja kuulaja vahel.
- ❖ Muudab sind eristatavaks keskkonnas, kus pilti ei ole (avalik ruum, podcastid, teavitushelinad).
- ❖ Võime haarata tähelepanu isegi lühikese hetkega.
- ❖ Mõni sekund helimustrit või meloodiat võib olla sama äratuntav kui logo.





Helikujundus



Tallinna lennujaama helikujundus

Infokanalid

Facebooki grupid

Travel Estonia- 70 000

Wheelchair Accessible Places and Activities 63 000

Large family travel 3600

Singles over 50 and over travel group 186 000

Flying and travel with kids worldwide 18 000

Kus veel ligipääsetavusest rääkida

- [Google maps](#)
- [Booking.com](#)
- [AirBNB](#)
- Uudiskirjad
- Reklaamvoldikud / tutvustavad materjalid

Tellin või teen ise

Kui **ostad teenuse sisse**, ole tark tellija – nõua, et arvestataks ligipääsetavate lahendustega.

Kui oled **teenuse looja**, pane end “erinevatesse kingadesse” –suguvõsa!

Kas su külaline pääseb ligi, kuuleb, näeb ja saab osa?

Ligipääsetavus on äri eelis ja märk professionaalsusest.

5 esmast nõuannet

1. Koduleht

- Kontrolli, et info oleks kergesti leitav ja kõik lingid töötaksid.
- Kirjelda lühidalt ja ausalt, millised ligipääsetavad võimalused on olemas ja millised veel mitte. Loogiliselt- külastaja teekonda kirjeldav. Teemadest lähtuv.
- Lisa piltidele kirjeldused (alt-tekst).
- Kasuta lihtsat ja arusaadavat keelt, väldi keerulisi väljendeid.

2. Sotsiaalmeedia

- Emotikone vähem, Hashtagid suurte tähtedega sõnade sees.
- Lisa igale pildile pildikirjeldus (alt-tekst).

3. Video

- Lisa alati subtiitrid.
- Kui video sisaldab olulist infot, telli viipekeelne tõlge.
- Lisa vajadusel kirjeldustõlge, lihtsas keeles kokkuvõte (vaimupuu.ee).

4. Välimeedia

- Hoia sõnum lühike, selge ja täpne.
- Kontrolli, et tekst ja taust oleksid piisava kontrastiga.

5. Üldine kommunikatsioon

- Räägi võimalustest, mugavusest ja turvalisusest, mitte ainult takistustest.
- Paku infot mitme meele abil: pilt, heli, tekst.
- Kasuta reklaamides erinevaid inimesi- mõtle suguvõsale.

Tänu kuulamast!

Autor Ligipääsuke OÜ

Jakob Rosin ja Maarja Metsla-Rosin

Ligipaasuke.ee