

Transcript Contentprikkel met Margriet Ravensbergen over websites: “Toegankelijkheid is een onderdeel van gebruiksvriendelijkheid”

Marrit: Deze keer in Contentprikkel:

Margriet: Je zou kunnen zeggen van: Ja, maar mensen die een visuele beperking hebben zullen niet autorijden. En huren dus geen auto, maar het kan natuurlijk heel goed zijn dat de directeur van het bedrijf een secretaresse heeft die een visuele beperking heeft die voor hem een huurauto moet gaan regelen.

Marrit: Mijn naam is Marrit en in deze podcast leg ik uit hoe jij als ondernemer en contentmaker toegankelijke content simpel kunt inzetten, zodat iedereen begrijpt wat jij de wereld wil vertellen. Dit is Contentprikkel.

Intromuziek eindigt

Marrit: Hoi Margriet, leuk dat je te gast wilt zijn in mijn podcast.

Margriet: Hoi Marrit.

Marrit: Zou je als eerste kort iets over jezelf willen vertellen, wie ben je en wat doe je?

Margriet: Ik ben Margriet Ravensbergen. Ik woon alweer bijna 15 jaar in Frankrijk en ik ben webdesigner. Mijn klanten zijn voornamelijk Nederlanders die vaak niet in Nederland woonachtig zijn en naast webdesign is fietsen mijn passie, van lange tochten op de racefiets en sinds kort ook op de zogenaamde gravelfiets tot fietsvakanties met minimale bagage.

Marrit: Superleuk en je bent laatst ook nog op de fiets weggeweest om een vakantie te begeleiden, toch?

Margriet: Ja, ja, wij organiseren soms ook fietsvakanties inderdaad. Dat doen we voor een Nederlandse fietsreisorganisatie. En heel leuk, wij mogen ook voor hen reizen uitzetten. Dat is ook heel leuk om te verkennen.

Marrit: Leuk ja. Ik ken je al wat langer via de Ik help jou online academie van Rimke en daar reageerde je ook vaak op posts van: Hé, dit is niet zo toegankelijk voor bijvoorbeeld Marrit.

Marrit en Margriet lachen

Marrit: En dat vond ik altijd heel leuk dat jij juist daar ook veel met toegankelijkheid deed en daarom heb ik ook voor jou gekozen als webbouwer voor mijn site dan om onderhoud te doen. Maar hoe ben je in aanraking gekomen met digitale toegankelijkheid?

Margriet: Nou, mijn man Erwin heeft informatica gestudeerd en vanaf het moment dat ik begon met webdesign hamerde hij erop om aan de achterkant van websites netjes te werken en ook op het feit dat een website goed toegankelijk moet zijn. Dat aan de achterkant netjes werken is overigens ook een vorm van toegankelijkheid, want op die manier hou ik een website ook toegankelijk wanneer de klant zelf of een andere webdesigner aanpassingen wil gaan doen. Maar ik geef toe dat toegankelijkheid ging in eerste instantie niet veel verder dan alt-teksten en een goed leesbare tekst. Totdat ik een opdracht kreeg om een website te maken voor het radiostation van 2 visueel gehandicapte mensen. En toen bleek toegankelijkheid een stuk verder te gaan. De website moest bijvoorbeeld goed toegankelijk zijn voor schermlezers, maar ook de toegevoegde functionaliteiten moesten goed werken. En dat bleek dat ik best wel wat extra zaken heb moeten doen om die website ook voor hen toegankelijk te houden.

Marrit: En wat heb je allemaal extra gedaan toen?

Margriet: Nou bijvoorbeeld, ze hadden een podcast en er moest een abonneerknop voor komen. Het bleek dat de standaardknoppen, dat het niet echt werkte. Er bestaat namelijk een plugin. En een plugin is een toeltje wat je aan WordPress-websites kan toevoegen om een bepaalde functionaliteit te hebben. Er bestaat een hele mooie podcastknop-plugin, alleen bleek dat die in schermlezers niet herkend werden. Zo krijg je al heel mooi het icoontje van de podcastprovider te zien, alleen op de schermlezer werd dat niet herkend. Dus toen heb ik bijvoorbeeld daar tekstlinks aan moeten toevoegen, zodat de schermlezer wel wist naar welke podcastprovider een bepaalde knop ging. En niet alle chat-plugins die bleken toegankelijk te zijn voor schermlezers. Dus het is heel leuk als jij een chat-plugin op je website hebt waarmee mensen jou kunnen contacteren. Maar als die van jou niet toegankelijk is, wordt het een nogal eenzijdige communicatie.

Marrit: En je hebt het ook heel vaak over gebruiksvriendelijkheid van een site. Waar liggen de overeenkomsten met toegankelijkheid en waar liggen de verschillen?

Margriet: Het is eigenlijk anders, toegankelijkheid is een onderdeel van gebruiksvriendelijkheid. Toegankelijkheid is sowieso belangrijk want je wilt mensen nu eenmaal niet uitsluiten, maar het werkt ook twee kanten op want je wilt mensen niet uitsluiten, maar als ondernemer wil je natuurlijk ook een zo breed mogelijk publiek kunnen bereiken.

En bij toegankelijkheid denk ik zelf aan heel veel zaken, bijvoorbeeld de alttekst bij de afbeeldingen, maar ook dat mensen zelf controle over de website kunnen hebben en dat is bijvoorbeeld bij animatie en veranderingen dat je geen flitsende elementen hebt, maar ook dat je een slideshow zelf kunt stilzetten. Wanneer je audio/video toevoegt, dan wil je ook een tekstueel alternatief hebben, bijvoorbeeld in de vorm van ondertiteling. Formulieren die wil je eigenlijk dat ze gewoon invulbaar zijn met het toetsenbord en waarschijnlijk gebruik je dat zelf ook wel automatisch, is dat je met je tab-toets op je toetsenbord naar het volgende veld wil kunnen gaan om het in te vullen. Maar wat je ook wilt is dat er bijvoorbeeld een duidelijke tekstuele foutmelding komt als je iets vergeet in te vullen.

Zijn ook heel veel mensen, ik werk heel veel voor mensen in de toeristische branche en die hebben dan zo'n heel mooi kaartje om aan te geven waar hun accommodatie zich bevindt. Zo'n kaartje, daar wil je ook een tekstueel alternatief voor hebben, bijvoorbeeld adresvermelding en geschreven routebeschrijving. Want niet iedereen kan een kaartje tussen aanhalingstekens lezen.

Navigatie is een onderdeel van toegankelijkheid. Je kunt bijvoorbeeld met een kruimelpad gaan werken. Maar je wilt ook dat de links op je website, de tekstlinks, heel duidelijk zijn en dat je hoofdmenu consequent is en dat het ook beknopt is. Als je daar meer dan 5, 7 items hebt staan dan raken mensen ook de weg kwijt. En stel je ook voor dat een schermlezer elke keer als je naar een nieuwe pagina zou gaan al die onderwerpen zou moeten voorlezen.

Pdf-bestanden is ook zoiets, sowieso zijn die helemaal niet toegankelijk, want op een mobiele telefoon, waar de meeste bezoekers vandaan komen,

kun je ze helemaal niet lezen. Plus dat ze ook niet standaard toegankelijk zijn voor schermlezers.

Ja, wat ik net zei qua techniek. Je wilt gewoon heel netjes werken want er bestaan regels en die volg je gewoon. Één van die zaken is dus dat je bijvoorbeeld de zogenaamde H1-kop maar één keer op een pagina plaatst.

En dan vormgeving. Je wilt zorgen dat er een goed contrast is want een zwarte tekst op een witte achtergrond is heel goed leesbaar. Maar je hebt wel eens mensen die heel creatief willen zijn door een blauwe tekst op een hardroze achtergrond te doen. Ja. Het spat het scherm af. Maar het is niet te lezen en nog een stokpaardje van mij: Ik ben dol op het lettertype luciole. Dat is een lettertype wat speciaal ontworpen is voor mensen die moeite hebben met lezen, dus voor mensen met een visuele handicap. En ja, ik vind het zelf ook een heel mooi lettertype en jouw website is daar ook mee gebouwd. Ik gebruik het overigens ook op mijn eigen website.

Je had het net ook over gebruiksvriendelijkheid. Daarbij komt bijvoorbeeld ook wat ik net al zei dat als je op een mobiel bent dan wil je ook dat alles goed werkt. Snelheid is ook een onderdeel van gebruiksvriendelijkheid, is niet alleen voor de bezoeker belangrijk, want als jouw website niet snel genoeg laadt dan zegt die bezoeker ook van: Nou, ik ga wel naar de concurrent. Maar tegenwoordig is het ook belangrijk voor je ranking in Google. En je ranking is de positie waarin je verschijnt in de zoekresultaten.

Nog iets wat ik ook wel belangrijk vind, zeker voor mensen die foto's hebben die belangrijk zijn om te laten zien wat hun product is, dat je de foto's klikt waar kunt maken, waardoor ze groter op het scherm verschijnen. En nog zoiets is dat heel veel mensen hebben een formulier op hun website. Nou, een formulier is helemaal goed voor een eerste contact, maar ga daar niet heel veel vragen in stellen, want dat houdt mensen tegen om het in te vullen. Dan denken ze: Ja, waarvoor moeten mensen dit allemaal van mij weten? Dus ja, dat zijn ook zaken die met gebruiksvriendelijkheid te maken hebben.

Marrit: Ik heb daar zelf ook nog wel over zitten twifelen laatst met formulieren, want bij mijn aanmelding voor de workshops zijn nu ook een aantal velden, ook voor de datumkeuze bijvoorbeeld en daarna moet ik ook nog een mailtje sturen voor de factuurgegevens bijvoorbeeld, maar je wil op je website niet ook nog eens een heel adres laten invullen door iemand

ofzo. Dus dan moet je altijd een beetje de overweging maken hoeveel ga je e-mailen met iemand en hoeveel laat je op de site invullen inderdaad.

Margriet: Ja, sowieso ik zou die betaalgegevens. Ja, je kunt het via de site laten lopen, maar je zou bijvoorbeeld ook in Laposta een funnel daarvoor aan kunnen maken, dat je gewoon mensen die zich inschrijven via een formulier gekoppeld aan Laposta, Laposta is een mailprogramma, automatisch van jou daarna een mailtje krijgen om ze te bedanken voor de inschrijving en de betaalgegevens te sturen.

Marrit: Ja, dan maak je het toch weer een soort automatisch maar dan hoeft het niet een lang formulier op de site te zijn inderdaad.

Margriet: Ik ben erg van het automatiseren van zaken die je kunt automatiseren.

Marrit: Het zijn toch gegevens die je nodig hebt. Dus *either way* je moet ze een keer vragen inderdaad.

Margriet: Of, en dat gaat nog een stapje verder, stel dat je echt meer van dit soort workshops gaat aanbieden, want het gaat om jouw alt-tekst workshop, is dat je zou natuurlijk ook ervoor kunnen kiezen om gewoon dat in een webshop op je website te plaatsen en dan is de workshop jouw product en vervolgens kun je ook inderdaad de betaalwijzes daaraan koppelen en dat hoeft niet eens een betaalwijze via bijvoorbeeld een betaald iets te zijn via mollie en Ideal en dat soort zaken, maar ook daar kun je gewoon vragen of mensen een overschrijving willen doen.

Marrit: En zo kun je alles tuurlijk weer aan elkaar koppelen om het makkelijker te maken voor de websitebezoeker uiteindelijk.

Margriet: Ja, en daar gaat het eigenlijk ook vaak om met websites. Je wilt gewoon dat een website én voor degene die hem moet onderhouden, maar ook voor degene die hem bezoekt gewoon gemakkelijk is en duidelijk is.

Marrit: En dat vind ik ook het mooie dat jij altijd de gebruiksvriendelijkheid heel breed trekt, waardoor een site niet zozeer alleen voor mensen met een beperking aangepast hoeft te zijn. Maar dat-ie gewoon voor iedereen prettig te gebruiken is.

Margriet: Ja, maar daar gaat eigenlijk, volgens mij noem je dat in het Engels *inclusion* ook over. Het moet gewoon voor iedereen goed zijn en je

hoeft dat onderscheid niet te maken. Het moet gewoon voor iedereen toegankelijk zijn, gebruiksvriendelijk zijn of nu iemand niet goed kan horen, waardoor dus de video's ondertiteld moeten zijn of dat nu iemand moeite heeft met goed teksten te kunnen lezen. Het moet gewoon duidelijk zijn en dat is eigenlijk ook nog iets heel anders, dat dan weer op jouw vakgebied is dat teksten moeten ook gewoon *to the point* zijn en niet zo'n heel blabla-verhaal eromheen. Ik kwam van de week op Facebook in een vrouwen-ondernemersgroep iemand tegen die vroeg voor een alternatief voor: ja, in je weet ik het wat staan. Ik had er nog nooit van gehoord en het was ook zo'n vage term. En ze vroeg om een alternatief en heel veel mensen reageerden van: Ja, maar wat wil je dan eigenlijk zeggen? Allemaal van de vage coachtermen, dat je denkt van: Ja, ik trek het niet. En daarom zijn wij zllebei fan van Rimke van Ik help jou online.

Marrit (lachend): Ja.

Margriet: Dat is gewoon nuchter, ja het werkt. Het is gewoon: zeg waar het op staat en het moet voor mensen ook in één klap duidelijk zijn. Bijvoorbeeld nog zoiets: kom je op een website, staat er eerst 'Welkom op mijn website'. Dat wil iemand niet lezen, iemand wil weten wat op die website te zien is, wat doe jij? Dat je welkom wordt geheten, ja prima, maar daarvoor ben ik daar niet, ik ben daar om informatie te vinden die op mijn vraag van toepassing is.

Marrit: Ja, en die hele wazige coachtermen zeg maar, daar wordt ook niet op gegoogeld, inderdaad.

Margriet: Ja. En ja, stel dat er wel op gegoogeld wordt, verstop het dan in een blog, maar niet op je website direct.

Marrit: Ik heb nu ook een nieuwe klant die doet ook meer richting de coaching inderdaad en schrijft ook over haar coaching ook gewoon in een soort van spreektaal en die zijn ook heel aansprekend, maar het zijn inderdaad ook blogs en in je algemene aanbodpagina's probeer je altijd wel duidelijk te zijn.

Margriet: Ja inderdaad. Kijk en blogs zijn natuurlijk ideaal om zoektermen kwijt te kunnen die je niet direct op jouw website kwijt kan, die je niet op je algemene pagina's kwijt kan maar waar je eigenlijk wel op gevonden wil worden.

Marrit: Als jij met een nieuwe website aan de slag gaat, hoe zorg jij dan dat die ja, toegankelijk en ook gebruiksvriendelijk is?

Margriet: Nou, ik zorg er sowieso voor dat ik tegen mijn klanten zeg dat ze met de foto's ook aan alt-teksten moeten denken. Nou, 9 van de 10 keer krijg ik dan toch de kopij aangeleverd, de teksten en ook de foto's zonder die alt-teksten. Dus ja dan ga ik die er zelf maar bij zetten, bij verzinnen. Ik zorg er ook voor dat als zij een bepaald ontwerp willen dan hou ik echt mijn mond niet als ik denk van: Ja, maar jongens, dit wordt niet leesbaar. Het contrast is niet voldoende, het lettertype wat je hebt gekozen is niet fijn om te lezen. Daar geef ik echt wel advies in zeg maar. En ja, als ze met video's willen gaan werken dan vertel ik ook dat het handig is om die te ondertitelen. En als ze alleen maar een kaartje hebben dan zeg ik van: Ja maar hoe doe je nu bijvoorbeeld mensen die het kaartje niet goed kunnen zien laten weten waar je je bevindt. En daarom moet ik eigenlijk heel vaak denken aan het voorbeeld wat jij ooit hebt beschreven van een autoverhuurbedrijf.

Marrit: O ja.

Margriet: En de website daarvan. Dat ja, je zou kunnen zeggen van: Ja maar mensen die een visuele beperking hebben zullen niet autorijden en huren dus geen auto. Maar het kan heel goed zijn dat de directeur van een bedrijf een secretaresse heeft die een visuele beperking heeft die voor hem een huurauto moet gaan regelen. En wanneer er inderdaad ook plugins zijn die goed toegankelijk moeten zijn, dan zal ik, zoals bij die website voor het radiostation zal ik ook de klant vragen om het zelf te testen en zo heb ik toen inderdaad voor die chatplugin, hebben we een aantal testen moeten doen, want sommige, ja, ik zag 'm wel op de website. Maar de schermlezer had zoiets van Nou, ik zie helemaal niks'.

Marrit (lachend): Ja.

Margriet: En bijvoorbeeld ook dat ik ooit bij jou heb gevraagd of Calendly toegankelijk is, en dat is een tool waarmee je afspraken kan maken online.

Marrit: Ja, nou doe ik zelf nog heel veel met zicht. Maar volgens mij werkt het wel.

Margriet: Ik moet zeggen ik heb lang getwijfeld om Calendly op mijn website te zetten. Totdat en volgens mij was jij dat ook, dat je zei van: Ja, ik zet het ook in mijn mails. Het grappige is. Ik heb het nu volgens mij

anderhalve week op mijn website staan en ik heb dus inderdaad 2 klanten die en vandaag en morgen via een link in mijn mail een afspraak hebben gemaakt online. Wat ook zo fijn is, is dat er dan ook gewoon gelijk een Zoom-afspraak wordt ingepland.

Marrit: Dat scheelt je toch ook weer heen en weer gemail inderdaad. Ik heb het laatst ook gedaan met een klant die ook een kennismakingsgesprek wilde inplannen, toen heb ik ook maar het linkje naar Calendly gestuurd van: als je deze week niet kan dan plan je maar een nieuwe afspraak in de agenda.

Margriet: Ja ja. Het is erg fijn dat soort zaken en zo kun je eigenlijk op je website veel meer zaken automatiseren en dat is gewoon heel leuk.

Marrit: Wat je ook zegt bij het voorbeeld van die autoverhuur, je werkt heel veel in het toerisme. En ook mensen met een visuele beperking willen misschien wel samen met iemand die goedziend is op vakantie gaan, dat die goedziende misschien achter het stuur zit inderdaad, maar degene met de visuele beperking kan wel op zoek gaan naar leuke vakantieadresjes, dus ook de adressen moeten kunnen lezen inderdaad.

Margriet: En daarvoor is het zeker ook belangrijk dat bij de foto bijschriften ook duidelijk staat wat het is zeg maar. En weet je wat natuurlijk ook heel fijn is met die alt-teksten. Je kunt er ook op gevonden worden door Google.

Marrit: Dan moet je natuurlijk wel een goede afweging maken tussen wat zet je erin aan zoekwoorden en wat is nog beschrijvend over de afbeelding inderdaad.

Margriet: Ja, maar kijk stel dat, we blijven even bij de accommodaties, ik heb ook echt wel andere klanten, maar we blijven bij de accommodaties. Dan kun je natuurlijk ook zeggen van ja, de slaapkamer met 2 eenpersoonsbedden van en dan de naam van de accommodatie. Als mensen dan op de naam van de accommodatie googelen dan vinden ze hem wel. En wij hebben ook in ons huis 1 gite en dat is eigenlijk een appartement in het Nederlands, die we verhuren aan gasten en daarin maak ik ook blogs over bepaalde wandelingen en dat zijn wandelingen waar mensen ook echt wel op googelen. Dus dan kun je ook gewoon een paar keer de naam van de wandeling ook in een foto in een alt-tekst verwerken bijvoorbeeld: de afdaling van de Croix de la Montagne de Bluye wandeling of een uitzicht tijdens de naam van de wandeling.

Marrit: Ja. En dan heb je ook de route van de wandeling erbij staan, toch?

Margriet: Dit is een omschrijving van de wandeling. Ja. En eigenlijk is die wandeling, deze wandeling zou ik niet doen als je een visuele beperking hebt, want zelfs voor mensen zonder een visuele beperking was het erg lastig. En dat staat natuurlijk dan wel aangegeven van: dit is een nogal sportieve wandeling met moeilijke klimmen en moeilijke afdalingen met ook losliggende stenen. Maar er is inderdaad wel iets waar je rekening mee kan houden in beschrijvingen dat je daarbij, bij het voorbeeld van wandelingen, duidelijk maakt dat iets wel of niet moeilijk is en waarom dat zo is.

Marrit: Ja zo kun je ook aangeven of iets rolstoeltoegankelijk is bijvoorbeeld.

Margriet: Ja klopt. En in onze vorige woonplaats hadden we een aantal wandelingen die waren aangegeven dat ze ook met een eenvoudige kinderwagen te doen waren.

Marrit: Heb je nu afsluitend nog een tip voor ondernemers die met hun website aan de slag zijn om toegankelijker of toegankelijk te communiceren op hun website?

Margriet: Ja, er zijn heel veel dingen die een ondernemer zelf kan gaan doen natuurlijk. Hij kan met alt-teksten aan de slag gaan. Hij kan al tekstuele alternatieven aanbieden voor video's, voor routekaartjes. En zo min mogelijk pdf's gebruiken. Waarom zou je bijvoorbeeld een pdf gebruiken voor je algemene voorwaarden terwijl je die ook gewoon prima als tekst op je website kan plaatsen. Er zijn ook zaken die je misschien beter aan een webdesigner kan overlaten. Bijvoorbeeld het checken van de snelheid. Het klikbaar maken van foto's. Ieder zijn vak zeg maar. Op mijn website staat overigens een handige checklist waarin ik alle punten benoem die een toegankelijke website aan zou moeten voldoen en dat is gewoon heel handig want dan heb je gewoon op 1 A4'tje gewoon staan alle punten die gewenst zijn en die kun je gewoon afvinken en ja, hopelijk is het gewoon voor jouw website helemaal goed.

Marrit: Dus gewoon even de checklist van Margriet downloaden. Kun jij je websiteadres nog even noemen daarvoor?

Margriet: Ja, mijn website is: burorader.com. En Buro RaDer is b-u-r-o R-a-d-e-r punt com. Dat RaDer komt overigens als een combinatie van de achternaam van mij Ravonsbergen en Derksen van mijn man en een rader,

dat zijn eigenlijk ook weer de tandwielletjes zoals je die ziet op een fiets bij de versnellingen die in elkaar draaien en dat heeft ook weer te maken met het feit dat Erwin en ik verschillende competenties hebben, maar dat we samen daardoor eigenlijk best goede webdesigners zijn.

En wanneer je op mijn website zoekt naar 'checklist toegankelijke website' kom je automatisch, er verschijnen dan 2 blogs en een heet echt checklist toegankelijke website. Dan kun je 'm daar aanvragen.

Marrit: Ja, super. Dank je wel dat je te gast wilde zijn in mijn podcast.

Margriet: Ik vond het hartstikke leuk om te gast te mogen zijn in je podcast.

Marrit: Wil jij na het luisteren van dit gesprek ook meer weten over de alt-tekst. Ik geef regelmatig workshops over de alt-tekst en hoe je die kunt invullen. Kijk op Woordprikkel.nl bij **workshop alt-tekst** voor meer informatie en meld je aan, dan leer ik jou misschien binnenkort ook hoe je de alt-tekst kunt invullen en hoe je afbeeldingen zichtbaar maakt voor blinden en slechtzienden.

Muziekje start

Marrit: En dan nu naar de taaltip. Gebruik jij de schuine streep of de slash ook wel eens om woorden van elkaar te scheiden of soort van met elkaar te verbinden? Moet je dan spaties voor en na de slash zetten of juist niet?

Als je woorden van elkaar scheidt met een slash dan gebruik je geen spaties rondom de slash, denk maar aan: km/uur, of ben je ongehuwd/gehuwd/samenwonend of hij/zij.

In al die gevallen geen spaties rondom de slash. De uitzondering is bij woordgroepen, als je woordgroepen, dus groepjes woorden van elkaar scheidt met een slash, dan komt er wel een spatie voor en na de slash.

Dus woorden scheiden: geen spaties voor en na de slash. Woordgroepen scheiden: wel spaties voor en na de slash.

Marrit (*op outromuziek*): Bedankt voor het luisteren naar Contentprikkel. Wil je meer weten over aansprekende teksten, digitale toegankelijkheid en taaltips kijk dan op woordprikkel.nl en schrijf je in voor de tekst- en taaltips.