

## **Transcript Contentprikkel met Paul van Workum over toegankelijke apps: “50% van de mensen gebruikt een toegankelijkheidsinstelling”**

**Marrit:** Deze keer in Contentprikkel:

**Paul:** In het begin dacht ik gewoon dat is een leuke businesskans. Zullen we een hobbyprojectje starten? Kijken wel waar het schip strandt? Maar als je echt in contact staat met tientallen, honderden mensen die afhankelijk zijn van dat die app toegankelijk is, het voelt voor mij nou een soort van dat echt die missie, echt dat apps toegankelijk worden wil ik echt bereiken.

**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:** Leuk dat je te gast wil zijn in mijn podcast, Paul.

**Paul:** Ja leuk, ik vind het leuk om hier te zijn.

**Marrit:** Zou je kort iets over jezelf kunnen vertellen? Wie ben je, wat doe je zoal?

**Paul:** Ja, ik ben Paul van Workum, ik ben 34 jaar oud. Papa van drie en ik zie mezelf echt als ondernemer. Ik vind het vooral leuk om te pionieren, nieuwe dingen te initiëren. En samen met mijn vrouw bouwen wij apps met een team in Oekraïne. In Oekraïne wordt er gebouwd en wij doen coördinatie. Daarnaast heb ik samen met Jan Jaap een, proberen wij wereldwijd apps toegankelijk te maken. Dat doen we aan de ene kant vanuit de stichting, waar we heel veel kennis delen en waar we een meldpunt hebben waar gebruikers met allerlei beperkingen meldingen doen van apps die voor hen niet werken. Samen met Jan Jaap heb ik ook een bedrijf, genaamd Abra. Daar help ik individuele bedrijven met het vinden van fouten, oplossen van fouten en uiteindelijk ook voorkomen. We geven bijvoorbeeld veel trainingen.

**Marrit:** Is dat laatste ook vooral op apps gericht of ook breder qua websites en dergelijke?

**Paul:** Onze voornaamste focus is apps. Voor websites zijn er heel veel andere partijen al die weten hoe je een website toegankelijk moet bouwen. Wij doen eigenlijk ons specialiseren in apps. En daar kunnen we ook echt wel het verschil maken, omdat we de richtlijn, de gebruiker en uiteindelijk ook hoe je het moet oplossen, want Jan Jaap, mijn compagnon, is daadwerkelijk ontwikkelaar. Hij heeft zelf apps gebouwd. Onder andere de Corona Melder apps heeft hij de laatste fouten uit mogen halen. Dat is de eerste app van de Nederlandse overheid die volledig toegankelijk is.

**Marrit:** Dat zijn ook echt grote projecten en dingen dan natuurlijk.

**Paul:** Ja, dat was wel een aantal dagen per week voor een aantal maanden om ervoor te zorgen dat zo'n grote app, heel veel impact, heel veel gebruikers, wordt zodat die helemaal toegankelijk is. Dus dat is een hele grote uitdaging.

**Marrit:** En hoe ben jij zelf voor het eerst in aanraking gekomen met toegankelijkheid?

**Paul:** Ja, dat is wel grappig. Ik was natuurlijk apps aan het bouwen vanuit 5Pro, het bedrijf dat ik samen met mijn vrouw had. Dat betekent dat als je in Oekraïne werk uitbesteed, dan kleine projecten, dat werkt niet, projecten waar de Nederlandse taal heel erg belangrijk is, dat werkt, dat is in ieder geval moeilijker. Dus ik was eigenlijk op zoek naar iemand die wat kleinere projecten, een freelancer, die wat kleinere projecten van ons kon overnemen. Dat was Jan Jaap. We hadden een paar keer kennisgemaakt en hij gaf aan dat ook mensen die blind waren ook hun telefoon konden gebruiken. Dat wist ik helemaal niet. Dat er ook wetgeving aankwam. We spreken hier net voor corona, 2020, begin 2020. Hij zei er komt allemaal wetgeving aan en overheden en bedrijven moeten dus met die toegankelijkheid aan de slag. Ik zei: Nou, dat is interessant. Stuur maar wat informatie door, dan ga ik ernaar kijken. Hij zei: Ja, maar er is helemaal geen informatie. Ik: Oké, nou dat is gek. Er komt dus wetgeving aan, al best wel snel. Was toen anderhalf jaar weg. Maar er is nog geen informatie over beschikbaar hoe je dat zou kunnen vertalen naar een app, hoe je moet oplossen, de fouten, wat nou de hulpmiddelen zijn die mensen gebruiken. Dat was allemaal nog onbekend. Wij zijn

toen begonnen met een kennisplatform, toen nog op app.nl, is nu uitgebouwd tot app.org, waar we gewoon kennis gingen delen. Gewoon een paar uurtjes per week als hobbyproject. Zo zijn we toen begonnen. En door corona, waardoor we wat meer tijd kregen in onze agenda's, omdat wat projecten wegvielen, hadden we de tijd om dit verder uit te bouwen. Van het een kwam het andere. En nu werken we met z'n tweeën fulltime en hebben we iedere maand een aantal mensen die ons helpen met allerlei dingen. Dat is wel een hele mooie stap die we hebben kunnen zetten.

**Marrit:** En daaruit is dus ook jullie stichting ontstaan, toch?

**Paul:** Ja, we zijn begonnen met die kennisdeling. Met behulp van het SCDN-fonds hebben we een app mogen bouwen. Toen dachten wij nog dat mensen die blind waren en niet meer naar die trainingslocaties in COVID-tijd konden, dat het heel fijn zou zijn om een app te hebben waar mensen thuis ook die schermlezergebaren konden leren, waardoor ze digitaal beter mee konden komen. Dat is nog steeds. We hebben wereldwijd nu iedere maand iets van 1000 tot 1500 downloads. Dat is best wel veel, alleen, we merken ook dat het voor professionals heel erg interessant is om in aanraking te komen met de schermlezer, omdat ze die toch nodig hebben om apps te testen. Zonder die schermlezer kun je nooit volledig toegankelijk zijn. Als je niet weet hoe die werkt, kun je niet volledig testen. Daarom is het heel erg belangrijk dat de professionals dat weten. En die kant nu van de gebruiker helpen en in dit geval ook de professional dan bewust maken van en kennis delen over die schermlezer. We hebben gekozen om op die manier te gaan ondernemen. Dat hebben we in de stichting gedaan. Dat heeft ons ook heel veel gebracht. Want we nu bijvoorbeeld het kennisplatform samen hebben kunnen doen met Q42. Daar hebben we uiteindelijk een platform kunnen bouwen wat vele malen meer kan en beter is dan als we dat zonder die samenwerking hadden kunnen doen.

**Marrit:** Er zijn natuurlijk heel veel ondernemers en contentmakers die deze podcast luisteren en die willen misschien ook wel weten hoe die schermlezers werken. Zou je de site nog even kunnen noemen zodat ze hem kunnen vinden?

**Paul:** Dat is heel makkelijk. Dat is [www.screenreader.app](http://www.screenreader.app). Dat is de URL om naar de webpagina te gaan. Maar als je op screenreader in de stores gaat zoeken dan moet je een roze icoontje met een krabbeltje daarin zoeken.

**Marrit:** Oké, dan kunnen mensen die dit luisteren ook ermee aan de slag. Want ik krijg zelf ook regelmatig de vraag als ik vertel over toegankelijkheid: Hé maar hoe kan ik erachter komen hoe dat werkt? Dus dan kunnen ze het zelf ook eens horen en zien. En vanuit jullie bedrijf dan helpen jullie echt betaald andere bedrijven?

**Paul:** Ja, dat doen we door onderzoek te doen, dus echt fouten te vinden. Dat doen we vanuit de richtlijn, een soort van professionele bril. Maar ook vanuit de gebruiker. Dat een gebruiker die ergens tegenaan loopt en iets niet kan of iets niet snapt, vind ik dat hij altijd gelijk heeft. Want de ontwikkelaar had het beter kunnen doen. Maar echt vanuit de wetgeving is het gewoon belangrijk dat je als ontwikkelaar die richtlijn volgt. En daar helpen we bij testen, waardoor de ontwikkelaar snel weet wat de fouten zijn en uiteindelijk het ook kan oplossen. Om het op te lossen heeft hij de kennis nodig. Daarom geven we trainingen. Als je naar [academy.abra.nl](http://academy.abra.nl) gaat, kun je onze gratis kick-off trainingen volgen. Het is helemaal in het Engels, maar dan in een half uur weet je de basis van toegankelijkheid. Want toegankelijkheid heeft te maken aan de ene kant met iemand die een beperking heeft. Bijvoorbeeld die blind is. Die gebruikt daarvoor een hulpmiddel. Als je blind bent, kun je natuurlijk niet zien. Dat is logisch. Maar op het scherm staan visueel allemaal dingen. Die moeten voorgelezen worden door de schermlezer. Dus voor alles wat zichtbaar is, moet er een tekstalternatief zijn. Dat betekent dat die knop inloggen ook technisch inloggen moet bevatten, het label inloggen. Omdat anders voor gebruikers die blind zijn, die afhankelijk zijn van die schermlezer, kan die schermlezer dat niet voorlezen. Dat is wat we doen, de richtlijn zegt dat een element een naam moet hebben. De naam is in dit geval inloggen. Daarmee kan de schermlezer, het hulpmiddel, kan dat dan voorlezen voor iemand die blind is. Dat is wat we in de basistraining delen. Die richtlijn is heel complex. Maar in de basis gaat het om dat je kunt waarnemen, kunt bedienen en kunt begrijpen. Dat zijn de drie principes. Er is nog één principe, Robuust, dat het goed werkt met alle hulpmiddelen. Maar in de basis kun je bedenken dat iemand die

blind is, die ziet niet. Dus die moet op een andere manier waarnemen. Iemand die doof is, die hoort niet, dus die moet ondertiteling hebben. Dat is het tekstalternatief van de audio. Dat is waar wij bij helpen, om daar bewustwording te creëren bij ontwikkelaars, designers en andere rollen. Met dat bewustzijn en met uiteindelijk de kennis op ons platform met oplossingen, die koppeling zorgt ervoor dat je vanuit fout heel snel naar oplossingen kunt komen. En dat het daarmee makkelijker wordt om toegankelijke apps te bouwen. En als het makkelijker wordt, gaan meer mensen dat doen. En dan hebben we meer toegankelijke apps. En dat zijn wij continu met allerlei projecten aan het proberen voor elkaar te krijgen.

**Marrit:** En heb je ook nog weleens dat mensen rare opmerkingen maken? Iets in de trant van: Waarom zou ik dit moeten doen? Waarom zou ik aan toegankelijkheid moeten werken? Of dat soort dingen?

**Paul:** Jazeker. Heel veel ontwikkelaars vinden bijvoorbeeld Landscape Mode. Dat je het scherm kunt kantelen, niet alleen in portret, dat hij rechtop staat, maar dat je hem ook in liggende, in landscape mode. Heel veel ontwikkelaars vinden dat onnodig. Er zijn geen apps die dat ondersteunen eigenlijk. Maar de richtlijn vereist dat. Het zijn webrichtlijnen. Dat vinden sommige ontwikkelaars moeilijk. Alleen ik ga dan altijd vanuit mijn ervaring. Met dat meldpunt heb ik een paar honderd meldingen van mensen met allerlei beperkingen, zijn er binnengekomen. En ik heb die opgevolgd richting de bedrijven. Dat is ook een beetje waarom, de drijfveer. In het begin dacht ik, dat is een leuke businesskans. Zullen we een hobby-projectje starten? Kijken we waar het schip strandt? Maar als je echt in contact staat met tientallen, honderden mensen die afhankelijk zijn dat die app toegankelijk is. Het voelt voor mij als een soort van, dat je echt die missie, dat apps toegankelijk worden, wil ik echt bereiken. Wat je daarvoor nodig hebt, is dat je mensen kunt overtuigen dat zo'n landscape mode voor sommige mensen is dat heel erg handig. Dan ga ik het voorbeeld noemen. Een op de vijf mensen maakt gebruik van groot lettertype. Dus die vergroten het lettertype. Een op de vijf. Dus als je over straat loopt, vier mensen niet, eentje wel. Dus echt, dat zijn geen kleine aantallen. Als je dus dan dat grote lettertype hebt, zeker de extremere varianten, dan zie je soms maar één of twee woorden naast elkaar staan in portret mode. Als je dan je scherm kantelt, dan heb je mooi drie regels

boven elkaar met zes woorden wat ervoor zorgt dat je eigenlijk heel eenvoudig kunt lezen. Niemand wil één of twee woorden per regel. Want als je een artikel moet lezen, is dat bijna niet te doen. Dus zeker bij de content-apps is het heel belangrijk dat die landscape mode daardoor werkt. Daarom staat hij ook in de richtlijn. Wat dan interessant is, is dat één op de vijf mensen wil dit. En ik heb ook vanuit de media-app, die dat eerst had, toen hebben ze een update doorgevoerd en toen hadden ze dat niet meer. Toen hebben ze superveel commentaar erop gekregen. Dat mensen die eerst in landscape mode die app aan het gebruiken waren, goed konden lezen en dat het daarna niet meer werkte. Dus mensen, als ze het eenmaal gewend zijn, vinden ze het heel erg fijn. Dit is precies vanuit data, vanuit kennis, dat je echt in contact met die gebruiker staat. Dat is belangrijk om iemand te kunnen overtuigen dat het daadwerkelijk belangrijk is. En dan vind ik het ook wel interessant dat je vanuit de richtlijn is het een vereiste. Oké, vanuit de data is het 20% die van grotere lettertypen gebruikmaakt. Maar vanuit de gebruiker hebben we ook de case dat er daadwerkelijk commentaar werd geleverd op een app die dat dus niet meer had. Dus dan is het cirkeltje rond en dan zegt die ontwikkelaar, oké, ik ga het wel doen. En dat is denk ik wel fijn, want het gaat niet alleen om die richtlijn. Het gaat ook om die gebruiker. Je moet ook weten hoeveel mensen bepaalde dingen gebruiken, om uiteindelijk ook die ontwikkelaar te kunnen overtuigen van de noodzaak om die app toegankelijk te maken.

**Marrit:** Ja, want het is inderdaad ook, je doet het uiteindelijk voor de mensen die het willen gebruiken. En dan is het ook wel mooi dat dan zo'n ontwikkelaar ook kan zien van: Oh ja, ik doe het voor deze mensen. In plaats van: Oh, het is maar een regeltje die hem opgelegd wordt.

**Paul:** Precies. Dat is eigenlijk wat we met het meldpunt proberen te doen. Dus we proberen, zeg maar, de gebruiker die maakt de melding. Naast de melding, dat is vaak een tekstmelding, dan kun je ook via een formuliertje op de site bijvoorbeeld had je dat kunnen doen. Wij lezen ook de statistieken van die gebruiker uit. Dus welke hulpmiddelen gebruikt iemand? Heeft hij een iOS of een Android telefoon? Als je dat niet meestuurt en je zegt: Ja, de Rabobank-app doet het niet meer, dan is dat dan iOS of Android? Dat is een vraag die je aan een gebruiker dan moet stellen. Dan heeft hij dat beantwoord en dan zeg ik: Ja, oké, je geeft aan dat jouw schermlezer

het niet doet. Maar wat is dan de schermlezer? Een ontwikkelaar die weet dat niet. Een gemiddelde ontwikkelaar. Dus die krijgt een supportmedewerker of een ontwikkelaar die krijgt: De schermlezer werkt niet in de Rabobank-app. Oké, maar als de schermlezer niet werkt, dat is toch niet de taak van de Rabobank, dat de schermlezer werkt? Dat is de schermlezer. Die weten dat niet. Die gebruiker en die ontwikkelaar die snappen elkaar vaak niet. En dat is wat wij proberen te bereiken, is dat met een goede melding, met goede data, dus echt die informatie over de hulpmiddelen, over de instellingen van iemand, hardware, softwareversies, maar ook dat een gebruiker een video schermopname maakt van het probleem. We krijgen dus video's, en dit is van een grote verzekeraar, ik ga geen namen noemen, maar een grote verzekeraar, die had een pincodescherm. En dat pincodescherm, was een gebruiker, die zegt: Ja, ik ben blind, ik maak gebruik van de schermlezer en ik ga het je nu laten zien. En dan swipete zij met haar vinger naar het volgende element en dan werd het pincodescherm werd zo voorgelezen: 'Knop, knop, knop'. En zij zegt: ja, ik weet niet wat er onder die knop zit, of het een 1 is, of een 2, of een 3, dus hoe ik mijn pincode moet invoeren. Uiteindelijk ben ik met die verzekeraar in contact gekomen en ze zeiden: Oh, dat was 2 minuten om op te lossen. Ik zeg: Ja, super, dan kan die gebruiker wel die pincode invoeren. En toen uiteindelijk hebben ze ook de rest van de app alle labeltjes toegevoegd, waardoor die gebruiker veel makkelijker die app kon gebruiken. Dat vind ik echt mooi om te zien.

**Marrit:** Dat vind ik zelf ook altijd heel belangrijk, dat je ziet waarvoor je iets doet. Zo maak ik zelf andere ondernemers vaak bewust van: He, ik wil ook jouw diensten of producten kunnen afnemen, dus zorg dat je dan ook je content toegankelijk houdt, zodat ik weet waarover het gaat. En dan zien ze ook, oh ja, wacht, er is ook een slechtziende ondernemer die in mijn doelgroep zou kunnen vallen. Dan weten ze ook weer: oh ja, ik doe het ook voor deze mensen.

**Paul;** De statistieken laten zien dat bijna 50 procent van de mensen een toegankelijkheidsinstelling gebruikt op de mobiele telefoon.

**Marrit:** Ja. En zo kun je je telefoon ook heel persoonlijk instellen met de letters groter of vette tekst of de dark mode tegenwoordig ook overal. Dus iedereen gebruikt wel iets om het aangenamer te maken voor zichzelf.

**Paul:** Ja, en dan heb je natuurlijk dat, 50 procent maakt gebruik van deze instellingen. Bijvoorbeeld bij dark mode. Dan heb je dat één op de vier mensen heeft dat aanstaan. Die willen dat graag. En dan voor sommige mensen is het gewoon een soort van *nice to have*. Ja, ik vind het niet fijn dat witte licht, en als dat witte licht er wel is, dan kunnen zij gewoon prima dingen doen. Maar als je dus visueel beperkt bent en je kunt nog wel iets zien, dan is, uit ervaring blijkt dat als je op donkere achtergrond witte letters hebt, dat ze dat beter kunnen waarnemen, beter kunnen lezen dan zwarte letters met een hele felle, veel licht. Dus dark mode zorgt ervoor dat meer mensen goed kunnen meedoen. Dat is één. Maar als ik nou mijn hoofd stoot en ik heb een hersenschudding, dan kan ik met die dark mode waarschijnlijk veel langer zonder klachten mijn telefoon gebruiken dan met de lichte modus. Dus daar zit een ding in, dat je altijd voor bepaalde mensen, die hebben een soort van permanente beperking, en daarvoor is het essentieel dat bepaalde dingen werken, altijd. Voor sommige mensen is het een soort van *nice to have*, en daar wordt het wel beter van dat ze die keuze hebben. Maar iedereen kan ook tijdelijk beperkt zijn, door in de zon te lopen of 's avonds op de bank geen audio te kunnen afspelen, zonder iemand te storen, dan is ondertiteling ook wenselijk. Dus je hebt eigenlijk op heel veel plekken dat je of tijdelijk beperkt bent, of dat je gewoon een hersenschudding hebt, en dat je zegt: Ik kan nou met dat felle licht, kan ik nou mijn telefoon niet gebruiken, die dark mode is echt gewoon nu essentieel voor mij, om mee te kunnen blijven doen. En het raakt veel meer mensen dan, ja, 50%, bijna 50% van de mensen. Dus het is niet dat het een kleine doelgroep is. Dat maakt het ook wel weer leuk en ingewikkeld, soms hè, je hebt heel veel instellingen, die op heel veel verschillende manieren door heel veel verschillende mensen gebruikt wordt. En het liefst wil je dat alles werkt. Daarom is die richtlijn ook zo uitgebreid.

**Marrit:** Ja, het is ook een hele brede doelgroep daardoor, want iedereen heeft weer zijn eigen behoeftes, zeg maar.

**Paul:** Ja, ja, ja.

**Marrit:** Heb jij een tip waardoor mensen nu al makkelijk iets toegankelijker kunnen communiceren?



**Paul:** Ja, wat ik denk dat belangrijk is, is om gewoon in gesprek te gaan met personen die jouw platform anders willen gebruiken. En vind je het eigenlijk oké als mensen die een beperking hebben niet mee kunnen doen? Dus als je bij de voordeur van de supermarkt, als je dus een beperking hebt, dat je gewoon dus dan de deur even dicht doet voor die persoon, dan vind je dat prima. Dat is eigenlijk wat er nu bij heel veel sites digitaal gebeurt, want als iemand dus niet die pincode kan invoeren, kan die dus niet meedoen. Dan zit die deur dus helemaal dicht. Dus dat moet je eigenlijk voor ogen hebben. En als je dat oké vindt, dan hoef je lekker niks te doen. Maar zie het dus als kans. Je kunt dus voor een paar mensen hun leven eigenlijk veel beter maken, dat ze wel mee kunnen doen zelfstandig. En voor een hele grote doelgroep is het een soort van gebruikerservaring, of dan zorg je ervoor dat ze beter gebruik kunnen maken van jouw diensten. En dat is wel interessant, ik noemde net supermarkt en dat de deur dicht was. Er is dus een enorme concurrentie van al die supermarkten. Er zijn eigenlijk geen mogelijkheden die onbenut zijn gelaten om een grote groep mensen voor jou te winnen. Maar wat gebeurt er nou als je honderdduizenden mensen hebt die afhankelijk zijn van de schermlezer? Er zijn mensen die blind zijn. Er zijn honderdduizenden mensen in Nederland.

**Marrit:** Ja.

**Paul:** Wat nou als jij de eerste supermarkt bent waar je heel gemakkelijk online je boodschappen kunt bestellen? Als iemand die blind is in de supermarkt, die vraagt dan een medewerker om voor jou mee te lopen door de hele supermarkt, kost best wel veel tijd. Maar als die thuis digitaal een hele fijne gebruikerservaring heeft en kan daarmee online zijn boodschappen doen, dan kan je ineens die hele markt, al die mensen, die kunnen bij die andere supermarkten niet terecht. Dus als jij de eerste bent die volledig toegankelijk bent, dan kun je een enorme doelgroep, dat noemen ze een soort van blue ocean, een soort van onontgonnen groep mensen, waar anders zijn in de supermarktbranche nog deze kansen, dat je gewoon een paar honderdduizend mensen voor jou kunt winnen. Die zijn er helemaal niet. Dus zeker ook voor online apotheken, ook voor banken en verzekeraars. Als jij dus als eerste bent die jouw app of site toegankelijk hebt, dan gaan al die mensen die zijn met elkaar in allerlei netwerken verenigd, verbonden. Als je de eerste bent, zeg je: Ja, je

moet naar supermarkt X gaan, daar kun je online bestellen. Weet je hoe snel het dan gaat? Hoe snel jij dan die doelgroep als klant erbij kunt. Dus ik zie echt die toegankelijkheid als een kans. Je kunt een positieve impact hebben, maar als je de eerste bent, je moet het toch doen, die wetgeving komt er over twee jaar aan. Als je de eerste bent, is het een enorme kans.

**Marrit:** En nog even over dat meldpunt voor ontoegankelijke apps en mobiele sites. Kun je die nog even noemen voor de mensen die graag ontoegankelijke dingen willen melden bij jullie?

**Paul:** Ja, het meldpunt is te vinden op app Ontoegankelijk en op [www.ontoegankelijk.nl](http://www.ontoegankelijk.nl). Daar kun je de apps downloaden en kun je ook handleidingen vinden hoe je dan zo'n melding maakt. Dus eigenlijk werkt het, als je de video's hebt bekeken, die daar staan in de handleiding, lukt het bijna iedereen om gewoon die meldingen te maken. Fantastisch om te zien dat mensen die blind zijn, schermlezer gebruiken, dan toch een schermopname kunnen maken van hun scherm. Dat je daarmee ook die ontwikkelaar echt kunt laten zien hoe jij die app gebruikt. Dat vind ik echt cool. Ik denk dat we daar binnenkort een blogje over moeten toevoegen met een aantal voorbeelden van mensen die dan zo'n schermopname hebben gemaakt.

**Marrit:** Dankjewel dat je in mijn podcast wilde zijn.

**Paul:** Graag gedaan.

*Muziekje start*

**Marrit:** En dan nu naar de taaltip. Je hebt het vast wel eens voorbij zien komen als je je ergens inschreef voor een nieuwsbrief: Je kunt je ten alle tijden weer afmelden.

Maar klopt die wel? Is het tenu alle tijden of te allenn tijden? Waar moet nou die n?

De juiste vorm is te allen tijde, met dus alleen een n achter alle.

Te allen tijde is een zogeheten staande uitdrukking. En daarin komen vooral vaak oude naamvallen voor die we vaak niet meer kennen. Zo kennen we ook van dien aard en uit hoofde van. Nou zou ik betere con-

structies voorzinnen kunnen bedenken dan dit. Probeer ze liever te vermijden dan dat je dit soort gekke constructies maakt waarvan je niet eens weet hoe je ze moet schrijven. En bij staande uitdrukkingen met die oude naamvallen weten we vaak niet eens meer hoe je ze moet schrijven. Dus of je moet ze opzoeken of je moet ze gewoon uit je hoofd kennen.

Dus te allen tijde even opzoeken als je het niet weet.

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