

De favoriete bezorger van iedereen

Digitale toegankelijkheid bij PostNL



Peter van Grieken - Frijns

Specialist digitale toegankelijkheid bij PostNL

Hij / hem





Ik hoef niemand waarschijnlijk niemand uit te leggen wat PostNL doet.
Iedereen krijgt wel eens post en de meeste mensen krijgen wel pakketjes.
Misschien verstuur je zelf wel eens pakketten.



Een van de grotere werkgevers in Nederland.
Zo'n 33.000 medewerkers.
Groot deel in de sorteercentra en de bezorging.

Tijdens piekmomenten aan het einde van het jaar verwerken we tot 2,5 miljoen pakketten per dag.



Ik werk zelf op het hoofdkantoor in Den Haag.

Mijn rol richt zich specifiek op digitale toegankelijkheid.

Al die fysieke processen van PostNL hebben vaak een digitale component:

- * Kopen van postzegelcode in de app
- * Miltjes met bezorgmoment van je pakket
- * Allerlei diensten voor onze zakelijke klanten die grote volumes versturen

Toegankelijkheid

**Zorgen dat iedereen onze
diensten kan gebruiken**



En mijn rol is dus zorgen dat iedereen onze diensten kan gebruiken

Digitale toegankelijkheid en UX Design bij PostNL



Ik wilde eerst een verhaal vertellen over alles wat we bij PostNL doen aan toegankelijkheid.

We doen namelijk beste mooie dingen op dat gebied.

Maar we hebben ook nog genoeg te doen, net zoals veel anderen.

Ik wil het dus hebben over iets waar iedereen hier zich waarschijnlijk in kan herkennen...

6 mythes over digitale toegankelijkheid

Lessen uit 15 jaar als toegankelijkheidsspecialist.



Mythe 1

“Wij hebben geen klanten met een beperking.”



De grootste mythe. Ik hoop dat we deze inmiddels wel achter ons kunnen laten.

Iedereen hier kent de getallen waarschijnlijk wel

Een kwart van de bevolking heeft een beperking, dus dit is simpelweg niet waar.

4 miljoen

Mensen in Nederland hebben een beperking



Toch nog 1 keer voor de zekerheid. Ook al is het hier waarschijnlijk overbodig.

Er zijn helaas nog genoeg mensen buiten onze toegankelijkheidskringen die dit soort dingen niet weten.
Ook bij PostNL.

Daarom moeten we dit soort dingen blijven herhalen.



Daarom heb ik laatst een actie waarin ik quotes van gebruikers verspreid heb op kantoor

Als je er niet dagelijks mee bezig bent, dan is het makkelijk om dit soort dingen te vergeten.
Dat helpt om het gesprek gaande te houden.

Mythe 1b

**“Hier werken geen mensen
met een beperking.”**

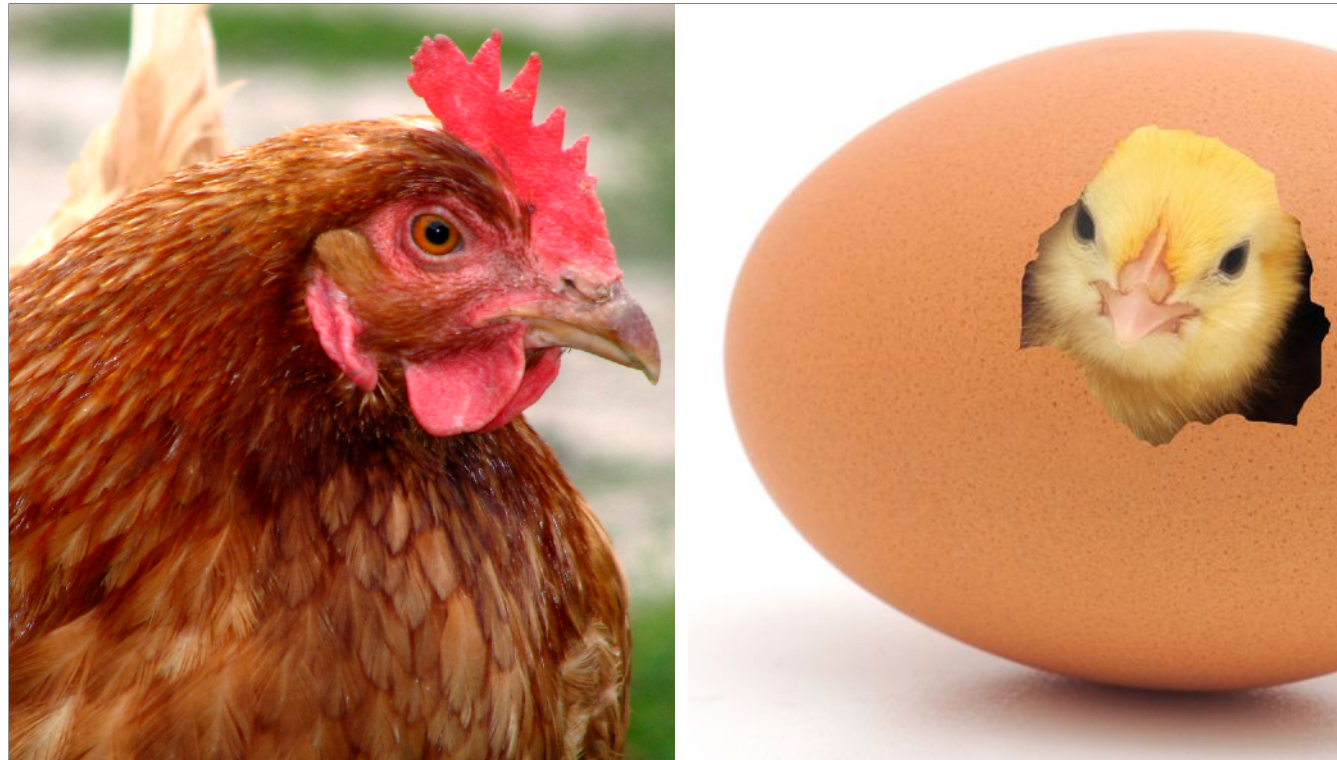


Hier aan gerelateerd, en ook zeker een belangrijke.
Natuurlijk hoor ik wel eens dit soort argumenten.
Niet alleen bij PostNL, ook bij genoeg andere organisaties gehoord

“Ja, maar dat is een intern systeem.”

“Dat is voor zakelijke klanten.”

Veel van de activiteiten in toegankelijkheid zijn gericht op consumenten / externe diensten.
Ook de European Accessibility Act is primair voor consumenten.



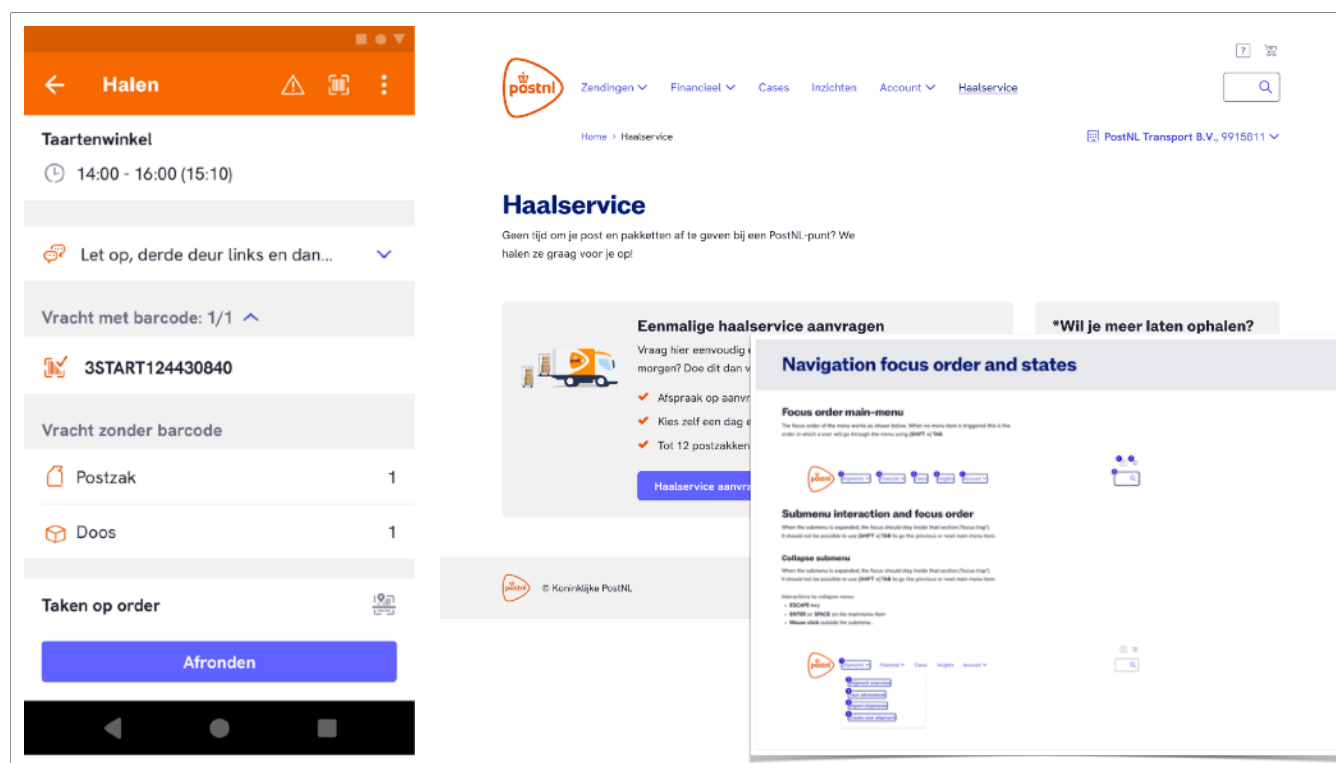
Dit is natuurlijk een kip / ei verhaal.

Zolang interne processen niet toegankelijk zijn, dan wordt het ook moeilijker om mensen aan te nemen die dat nodig hebben.

Ongeveer 1/3 van de mensen met een visuele beperking heeft een baan. En dat is niet omdat ze dat niet willen.

Organisaties, processen en systemen zijn er gewoon niet op ingericht.

Maar zodra we interne systemen en processen toegankelijk gaan maken, maken we de organisatie open voor een diverser personeelsbestand.



In ons geval houden we dezelfde design richtlijnen aan voor externe als voor interne systemen.

Ook apps van de bezorgers doen mee

Ook zakelijke applicaties.

Onze B2B applicaties, zijn andermans interne systemen.

Betere contrasten in de bezorgers app zijn natuurlijk pure noodzaak, ze lopen tenslotte de hele dag buiten.

En daarnaast helpt het mensen die wat minder goed kunnen zien natuurlijk.



Een mooi voorbeeld is mijn collega Sanne die gebruik maakt van een elektrisch aangedreven bakfiets. Zij kan dit werk doen, omdat er zo'n voorziening is.

Een personeelsbestand van 33000 medewerkers zorgt ook voor een divers personeelsbestand. Er werken ongeveer 3500 mensen met een beperking voor PostNL.

Mythe 2

Je hebt een specialist nodig om toegankelijkheid goed te doen.



Ik heb lang als zelfstandig adviseur gewerkt.

Veel organisaties gezien, zowel overheid als commerciële organisaties. Groot en klein.

Ik kwam dan altijd binnen als “de specialist”.

Zo ben ik ook bij PostNL binnengekomen.

Vaak geef je een training en advies, of je doet een audit.

En dan loop je naar buiten en hoop je dat het goed komt. Fingers crossed.

Het is zeker gebruikelijk maar Peter is sowieso
geen fan van bewegende headers mbt
toegankelijkheid ;)

Het risico als je een specialist in huis hebt, is dat mensen die specialist gaan zien als de verantwoordelijke voor alles rondom toegankelijkheid.

Als specialist kan ik ondersteunen en wijzen op potentiële issues, maar of ik ergens “fan” van ben, is niet relevant.

Het is zeker gebruikelijk maar Peter is sowieso geen fan van bewegende headers mbt **toegankelijkheid** ;)



Peter van Grieken 2 months ago
FTFY ;)

Het is zeker gebruikelijk maar ~~Peter is sowieso geen fan van bewegende headers mbt~~ **toegankelijkheid** er zijn wat mogelijke toegankelijkheidsproblemen mee.

Daarnaast is Peter fan van Taylor Swift ;)

Toegankelijkheid is een gedeelde verantwoordelijkheid.

De specialist is er om te ondersteunen.

Eventuele problemen te herkennen

Het is net zo relevant of ik fan ben van animaties als dat ik een Swiftie ben.

Beide doen er niet toe. Wel wat bijvoorbeeld WCAG er over zegt.

Mythe 3

Met goed beleid komt het vanzelf goed



Ja, goed beleid is belangrijk, maar met alleen beleid kom je er ook niet niet.
Je hebt ook de uitvoering nodig.

Voorbeeld a11y target

2024

Werkblad 1

Tabel 1

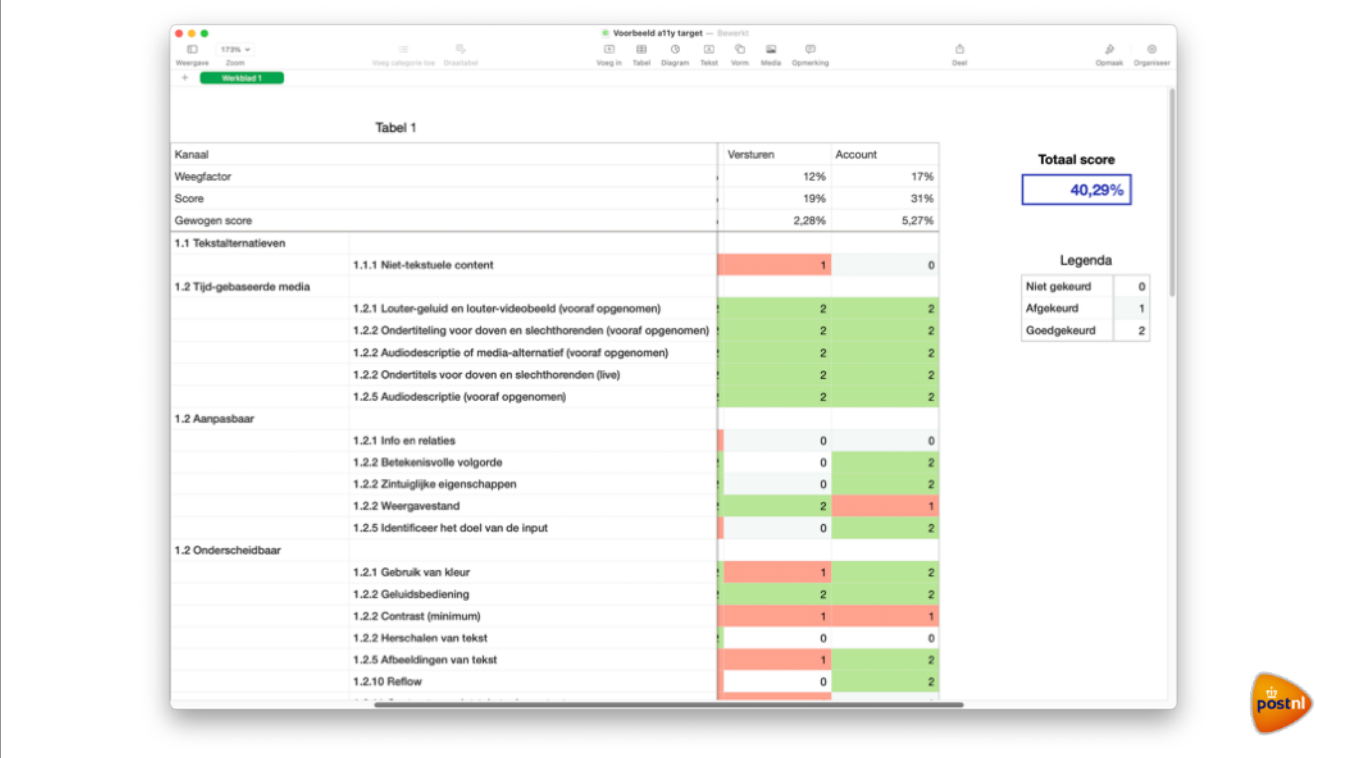
Kanaal		iOS app	Android app	Ontvangen
Weegfactor		29%	21%	
Score		68%	33%	
Gewogen score		19,72%	6,93%	
1.1 Tekstalternatieven				
	1.1.1 Niet-tekstuele content	1	0	
1.2 Tijd-gebaseerde media				
	1.2.1 Louter-geluid en louter-videobeeld (vooraf opgenomen)	2	2	
	1.2.2 Ondertiteling voor doven en slechthorenden (vooraf opgenomen)	2	2	
	1.2.2 Audiodescriptie of media-alternatief (vooraf opgenomen)	2	2	
	1.2.2 Ondertitels voor doven en slechthorenden (live)	2	2	
	1.2.5 Audiodescriptie (vooraf opgenomen)	2	2	
1.2 Aanpasbaar				
	1.2.1 Info en relaties	0	0	
	1.2.2 Betekenisvolle volgorde	2	2	
	1.2.2 Zintuiglijke eigenschappen	2	2	
	1.2.2 Weergavestand	1	1	
	1.2.5 Identificeer het doel van de input	2	2	
1.2 Onderscheidbaar				
	1.2.1 Gebruik van kleur	1	2	
	1.2.2 Geluidsbediening	2	2	

Totaal 1.2.1 Contrast van niet-tekstuele content



We hebben al een aantal jaar een KPI op de toegankelijkheid van onze online kanalen.
(De data op de slide is overigens volledig fictief)

We nemen een mooi gewogen gemiddelde van hoe verschillende websites / apps scoren op basis van WCAG.



En daar komt dan een mooi percentage uit.

We willen dit naar 100 brengen.
Laat ook zien waar de grote verbeterpunten liggen.

Dit wordt regelmatig gerapporteerd.

Maar zonder uitvoering zagen we dat dit percentage stagneerde.

Kennis Tijd Eigenaarschap



Zonder de juiste kennis was het verhelpen van de issues niet altijd even makkelijk
Daar wat meer ondersteuning bij nodig.

Teams hebben ook veel andere verantwoordelijkheden. Toegankelijkheid is niet de enige prioriteit.

En er is tenslotte een specialist die verantwoordelijk is. Dat angst weer samen met het vorige punt.

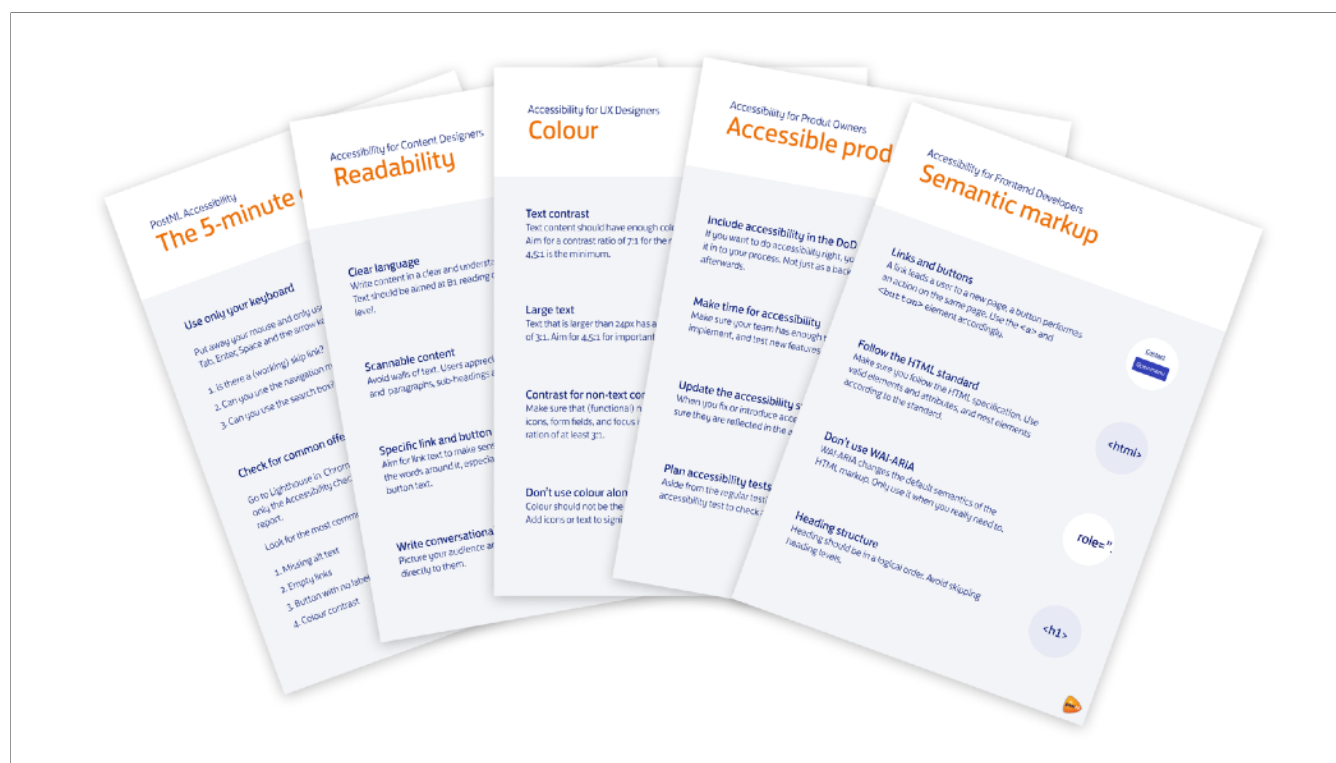


We zijn er voor iedereen

Iedereen is welkom. Wie je ook bent of wat jouw situatie ook is, je kunt onze diensten altijd gebruiken. We omarmen de diversiteit van onze gebruikers, luisteren naar ze en leren van ze. Onze ontwerpen zijn pas klaar als ze **toegankelijk** zijn.

Binnen het UX team is toegankelijkheid (en inclusie in bredere zin) een van onze design principes. Zou in principe overal in terug moeten komen.

Maar ook daar merk je dat het soms vast loopt. Bijvoorbeeld op kennis.



Eén van de dingen die ik gemaakt heb, zijn “checklists” voor verschillende rollen binnen de verantwoordelijke teams.

Basis checks die iedereen kan doen.

WCAG blijkt toch een intimiderend beest te zijn.

Niet alles is relevant voor jouw dagelijkse bezigheden.

De checklists geven richtlijnen en handvatten per rol in een traditioneel digitaal team.

We zijn ook bezig met trainingen per discipline.



Tegelijkertijd helpen duidelijke regels wel.
Zoals de regel dat alle video's standaard ondertiteld worden.
Of dat nou op social is, of ons interne journaal.

Mythe 4

Als iedereen weet wat ze moeten doen, dan komt het vanzelf goed.



Als iedereen weet wat ze moeten doen, ook dan komt het niet altijd vanzelf maar goed.

Dat blijkt niet altijd zo te zijn. Het is simpelweg niet altijd top-of-mind.

En ik moet af en toe ook uitleggen hoe je ook alweer het kleurcontrast moet checken.

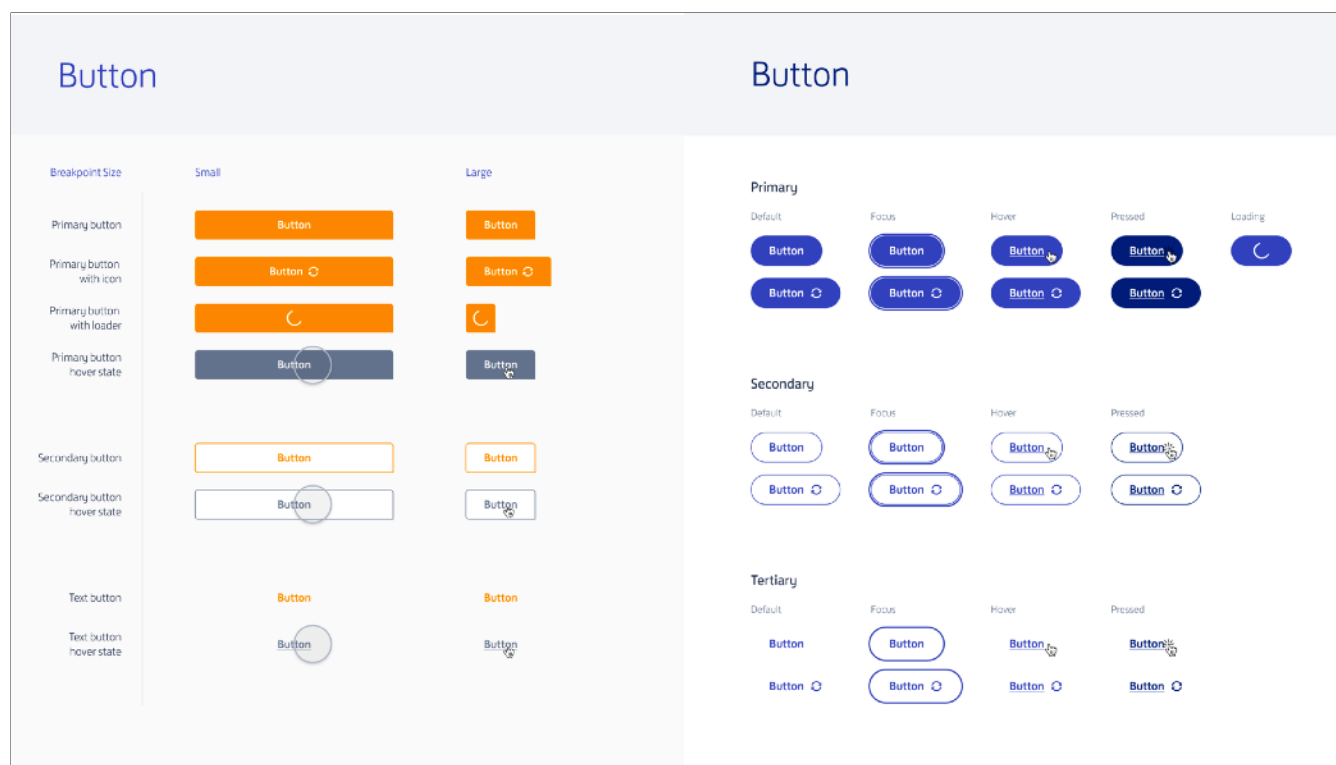
Andere prioriteiten, maar ook door verloop gaat er soms kennis verloren.



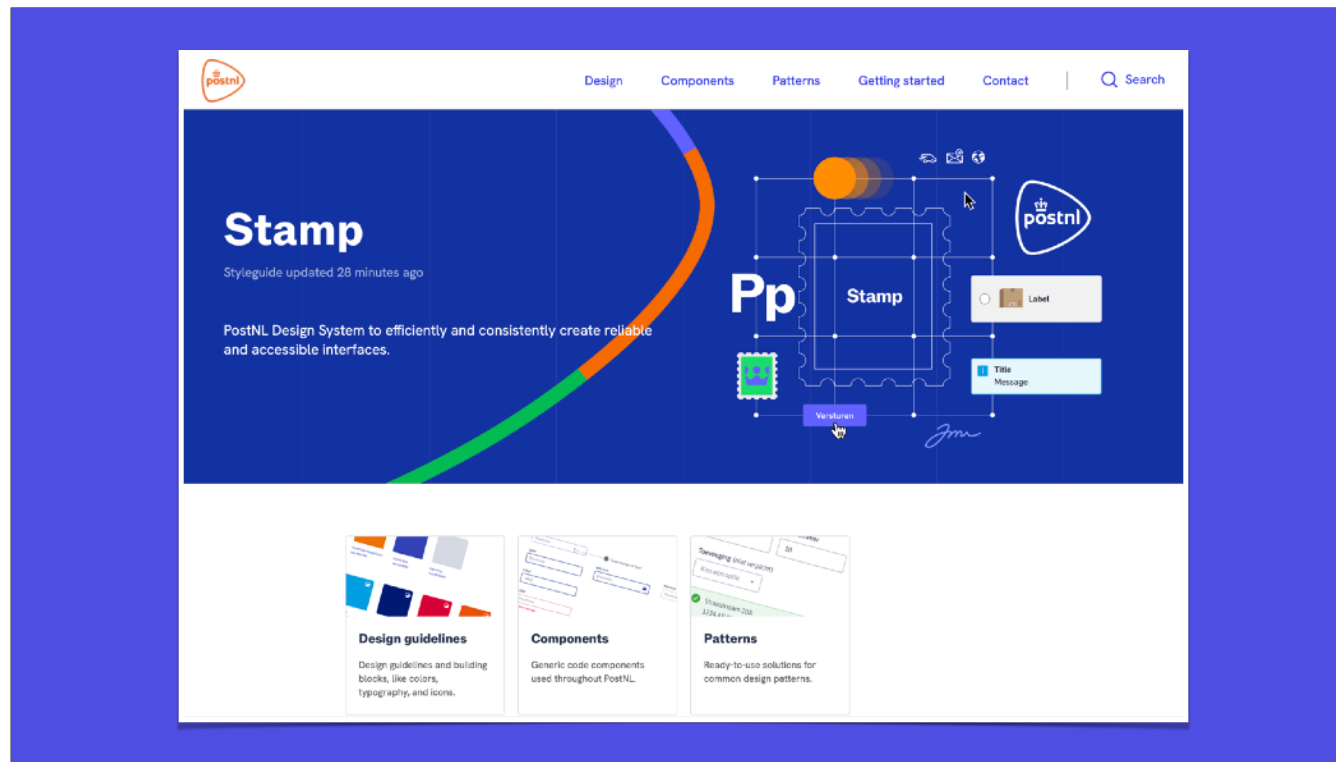
Daarom organiseren we:

- * Voorlichtingssessies
- * Trainingen
- * Gesprekken met gebruikers

Om het belang er van te laten zien, maar ook om het top-of-mind te houden.



En met mooie design libraries zorgen we dat we met slimme defaults helpen om de basis op orde te krijgen.



Dat is inmiddels uitgegroeid tot een volwaardig design system waar ook toegankelijke frontend componenten in zitten.

Label

This is a message

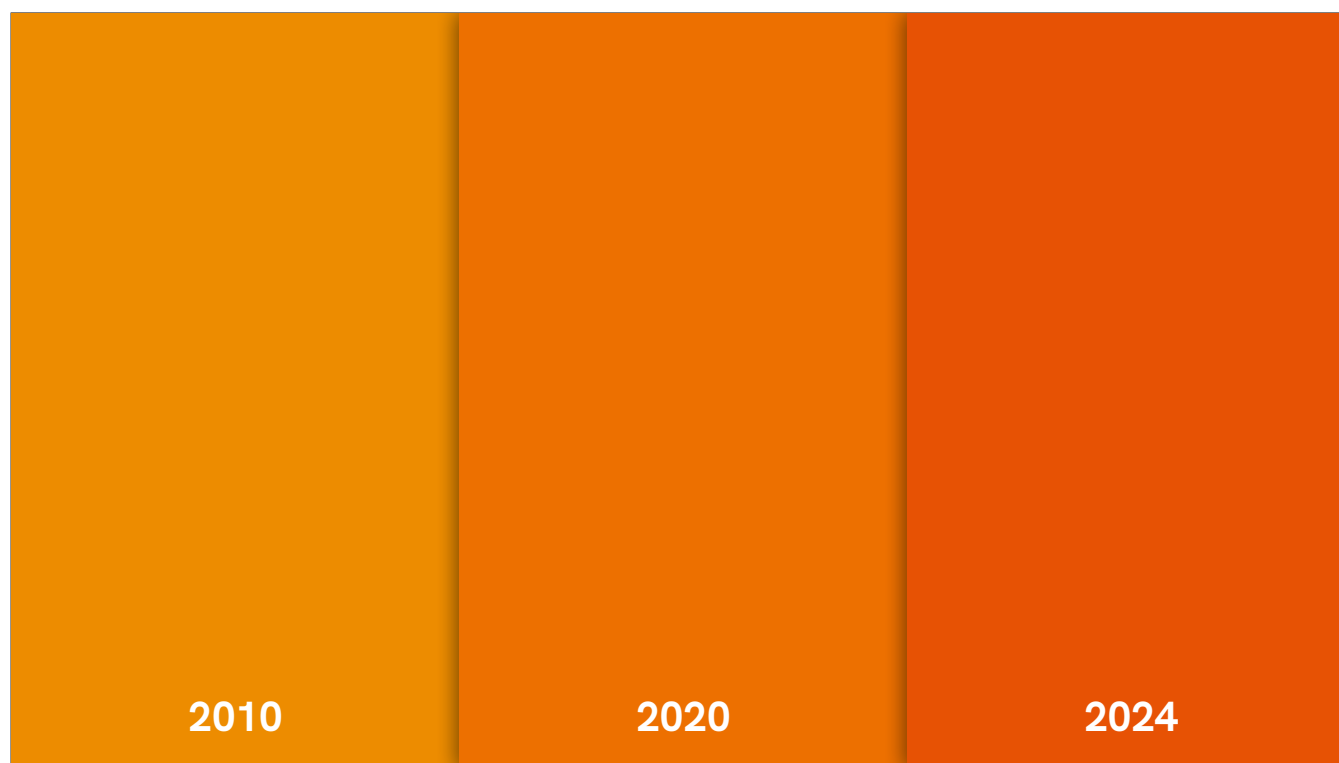
Show code

Name	Description	Default	Control
label	Label text to display. string		Label
message*	Message text to display. string		This is a message
isValid	Makes the button valid. boolean	true	False True
disabled	Makes the button disabled.	false	False True
checked	Sets the button checked.	false	False True
illustration	Illustration to display inside the button. ReactNode		Choose option... ▾
indeterminate	Sets the button indeterminate. boolean	false	False True
onChange	Callback when value is changed.	-	

Die componenten zijn zowel door automatische checkers als met de hand gecontroleerd.



Ook hebben we een nieuwe huisstijl waar we toegankelijkheid als volwaardig onderdeel in meegenomen hebben.



We zijn een stapje donkerder gegaan met onze huisstijlkleur

Joviaal	Postzegelcode	Illustratiestijl	Internationaal
Joviaal	Postzegelcode	Illustratiestijl	Internationaal
Joviaal	Postzegelcode	Illustratiestijl	Internationaal
Joviaal	Postzegelcode	Illustratiestijl	Internationaal
Joviaal	Postzegelcode	Illustratiestijl	Internationaal

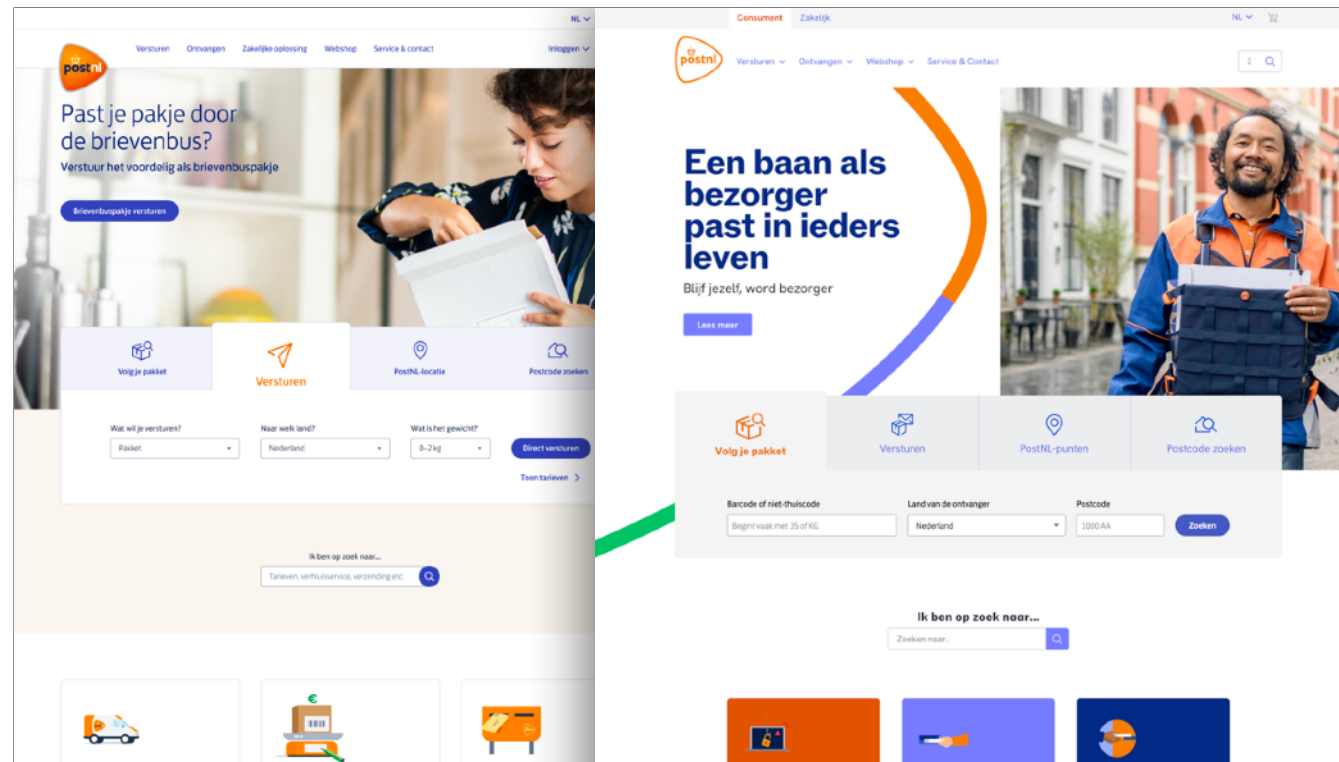
Ook allerlei lettertypes met elkaar vergeleken

Niet alleen wat het beste bij het merk past, maar ook naar allerlei toegankelijkheidsaspecten gekeken

Hoe ziet de L er uit en hoe de hoofdletter i?

Wat is de afstand tussen de letters?

Et cetera.

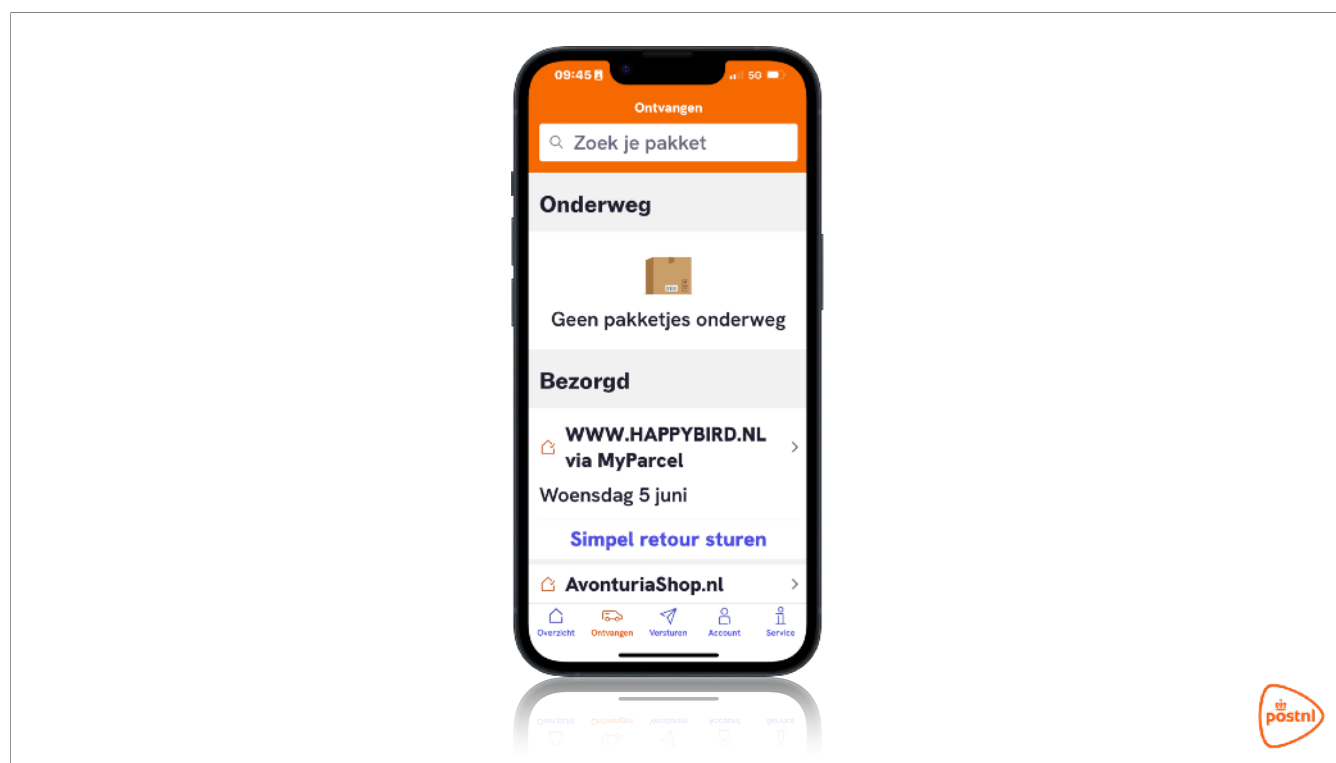


Nieuwe homepage recentelijk online gegaan

Hogere contrasten, grotere teksten.

Verbeterde toegankelijkheid onder de motorkap.

Dit gaat natuurlijk niet vanzelf, maar is wel makkelijker gemaakt door het in alle aspecten in te bouwen.



Ook de nieuwe app doet mee.
Met de mogelijkheid om teksten te vergroten natuurlijk.

Mythe 5

**“Een toegankelijk design system
lost al onze problemen op.”**



Maar ook een design system lost niet alle problemen op.

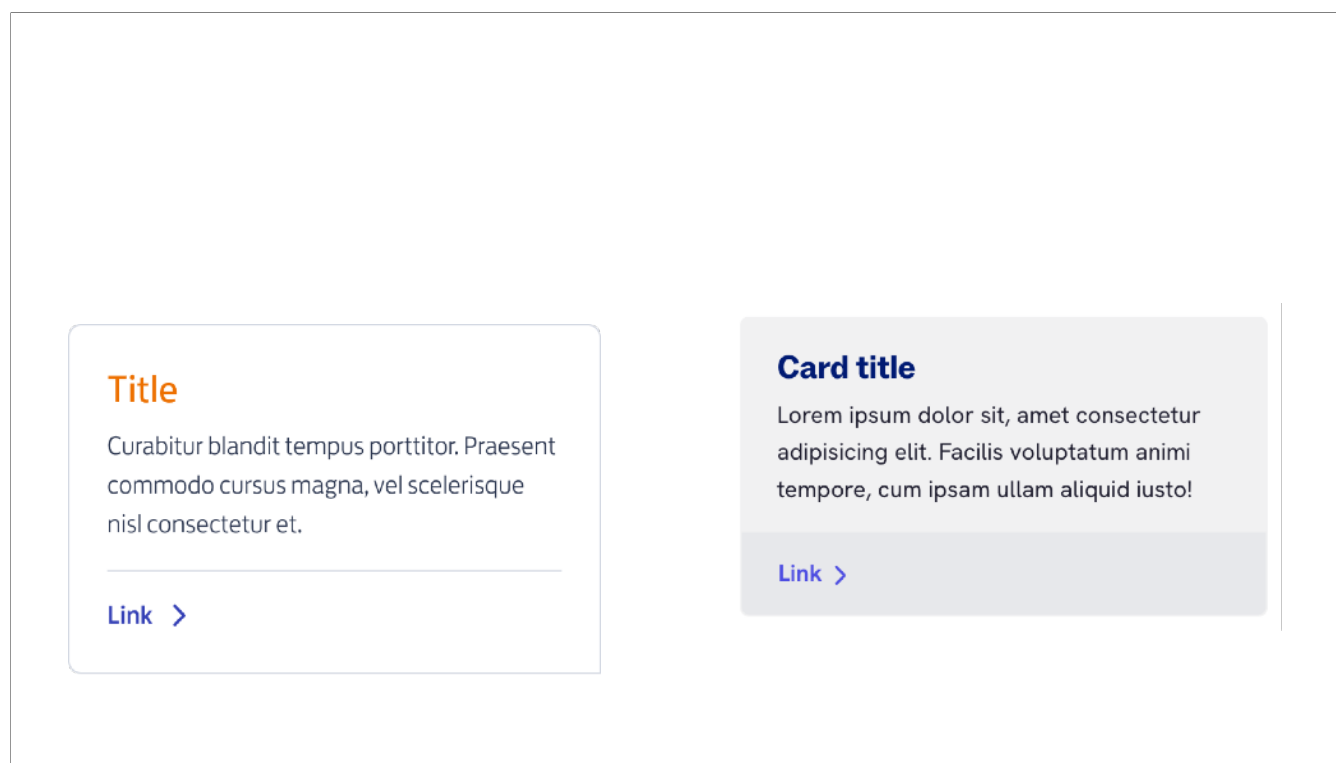
Icon buttons ("Edit Recipient" and "Edit Sender") lack descriptive alternative text.

The default "Pas beschrijving van inhoud aan**" is still being used.**



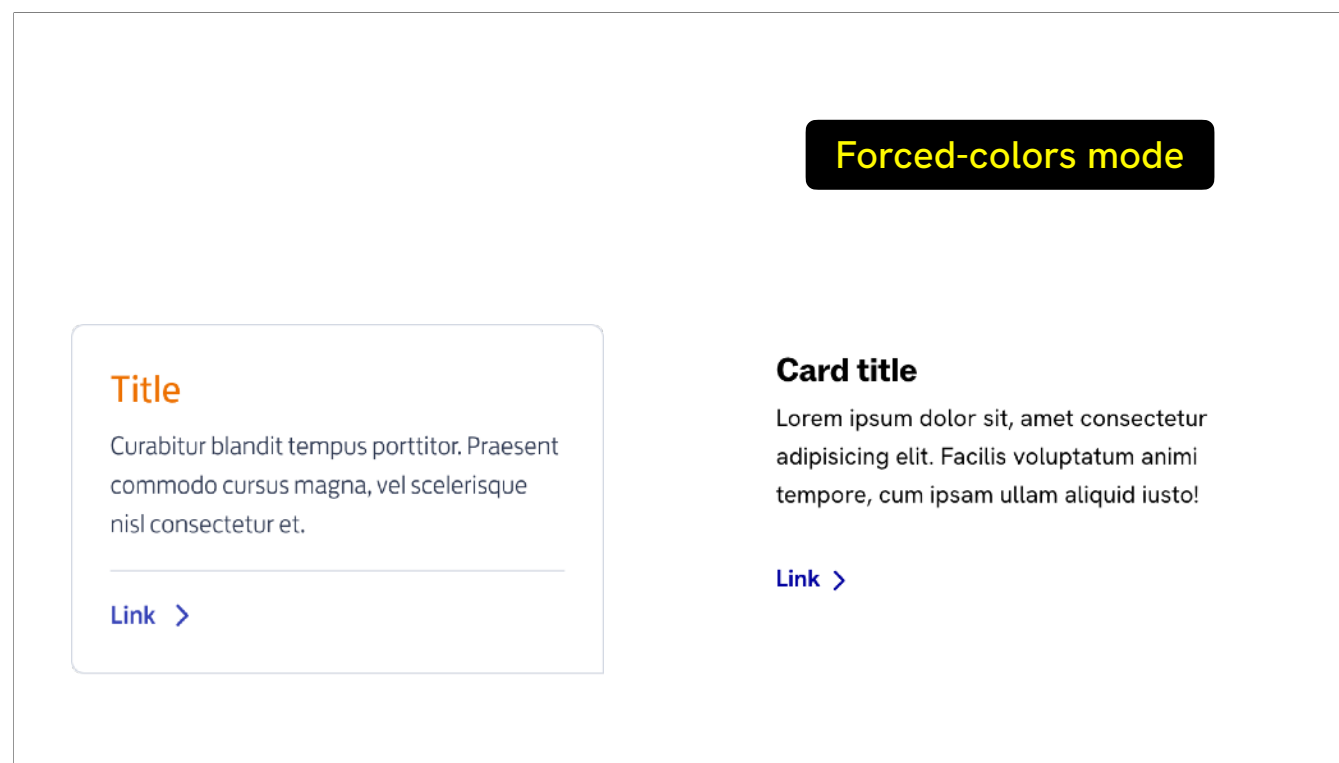
Een mooi systeem waarmee je snel componenten kunt integreren is heel fijn.
Maar je moet nog wel een beetje opletten dat je niet de default properties mee kopieert.

Zo kwam ik recentelijk tegen dat de alt tekst van een icoon “Pas beschrijving van inhoud aan” was.

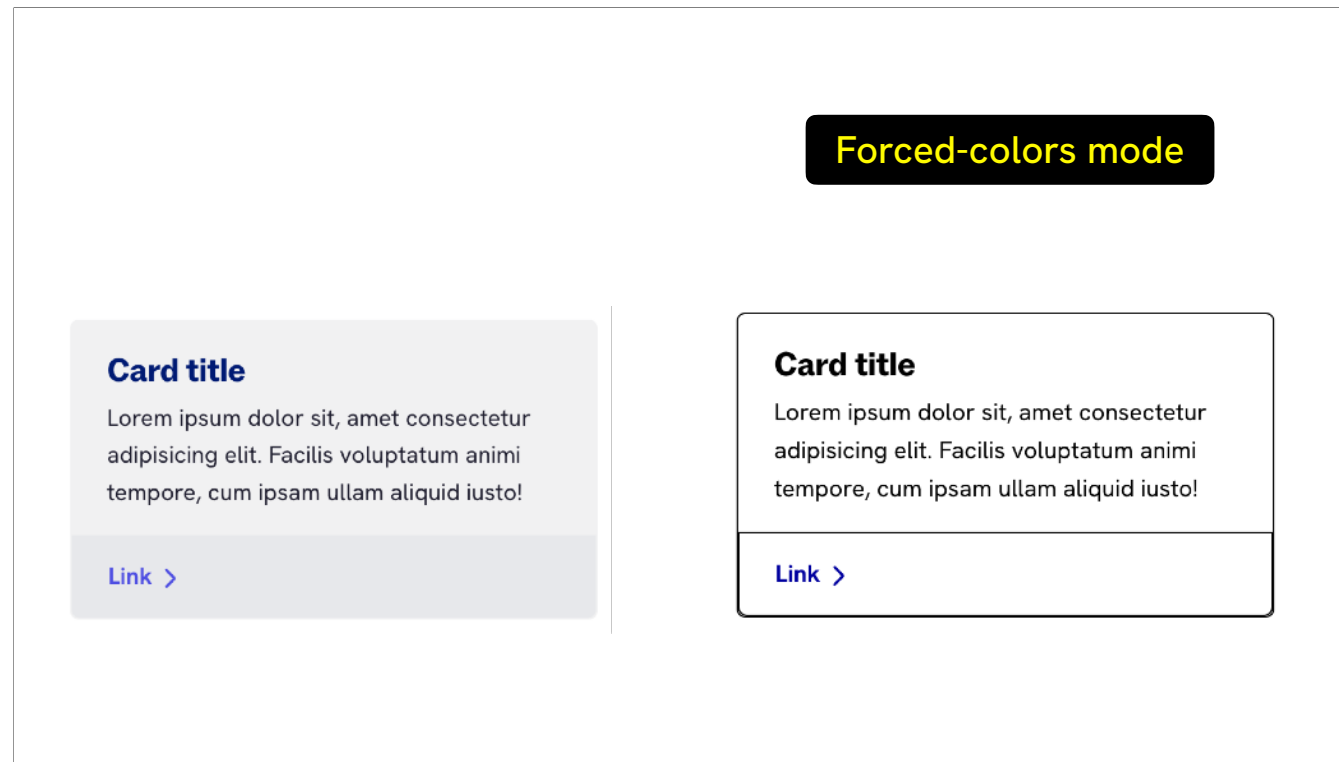


Ook geeft de nieuwe huisstijl weer nieuwe uitdagingen

In ons “card” component bijvoorbeeld, zijn we van een outline naar een achtergrond gegaan.



Dat kan voor gebruikers van forced-colors mode (Windows Hoog contrast modus) tot problemen leiden. Als de achtergrond wordt weggehaald, dan mis je de kaders, en is er wat minder onderscheid.



Daarom hebben we in het design system ieder component een transparante outline gegeven.

Die wordt in forced colors mode overschreven door de voorkeur van de gebruiker en zorgt daardoor alsnog voor kaders.

De meeste designers en developers hebben hier geen weet van en dat hoeft ook niet.

Ze krijgen dit “gratis” van het design system.

Mythe 6

**Je moet gebruikersonderzoek
doen om de échte problemen
te vinden.**



En tenslotte de mythe dat je alleen door gebruikers te betrekken de echte problemen vindt.

Dat is niet zo. Er zijn mooi richtlijnen en checks die iedereen kan doen.

Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw werk te doen.
Gebruikers zijn er niet om jouw wer

Met automatisch testen en wat handmatige tests kun je al best veel checken.

Ik heb tests gezien waarin mensen vastliepen op de cookiemelding...

Of mensen die een app überhaupt niet konden gebruiken.

Zonde van iedereen tijd.

Je vraagt veel van gebruikers en het organiseren van een usabilitytest is geen goedkope aangelegenheid.

Niet elke test is een usability test

HTTPS://GITHUB.COM/UKHOMEOFFICE/POSTERS/BLOB/MASTER/ACCESSIBILITY/RESEARCHING-ACCESS-NEEDS/RESEARCH-WHO_TO_INCLUDE_WHEN?.PDF

Design accessible services

Researching access needs: who to include when

Services must be **Perceivable, Operable, Understandable and Robust (POUR)**

 Interviews Include: • Users with any access needs	
 Paper/Mockups Include users with conditions relating to: • Communicating • Dyslexia • Hearing Adjust exercise to be inclusive of other conditions too.	To check it is Understandable.
 Prototype code (good practice reviewed) Include users with conditions relating to: • Dyslexia • Hearing • Learning, ADHD and memory • Movement (keyboard only) • Vision (magnification) • Autism and Asperger's	To check it is Perceivable, Operable and Understandable.
 Production code (expert reviewed/audited) Test with people with any access needs, including users of: • Colour changers • Screenreaders • Speech to text and control • Text to speech	To check it is Perceivable, Operable, Understandable and Robust.

 Home Office | Digital, Data and Technology |  This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> For more information, contact: access@digital.homeoffice.gov.uk

- Toch is het zo dat je wel veel kunt met gebruikers.
- Vaak laagdrempeliger dan je denkt.
- Soms is het gewoon een gesprek.
- Soms is een prototype al genoeg.
- Of bijvoorbeeld een word document als je alleen het taalgebruik wilt testen.
- Het ligt er aan wat je wilt leren en van welke groep gebruikers.

6 mythes over digitale toegankelijkheid

Lessen uit 15 jaar als toegankelijkheidsspecialist.



Al deze mythes heb ik in een of andere vorm wel horen langskomen.
Het is aan ons als specialisten om elke dag te zorgen dat we ze ontkrachten.

De favoriete bezorger van iedereen



Als wij als PostNL echt de favoriete bezorger zijn van iedereen, dan is het belangrijk dat we aan al deze aspecten werken. Daarvoor moeten we nog stappen zetten en dat doen we dus ook iedere dag.



Het is al een flinke stap dat er een plek is voor een full-time accessibility specialist.
Daarin hebben we vergeleken met veel andere organisaties, zeker commerciële, een aardige voorsprong.



En we hebben ook nog wel interessante uitdagingen.

We hebben niet alleen te maken met digitale diensten, maar we zijn natuurlijk een fysiek bedrijf.

Ook gebeurt er genoeg moois wat niet in een WCAG criterium te vatten is.



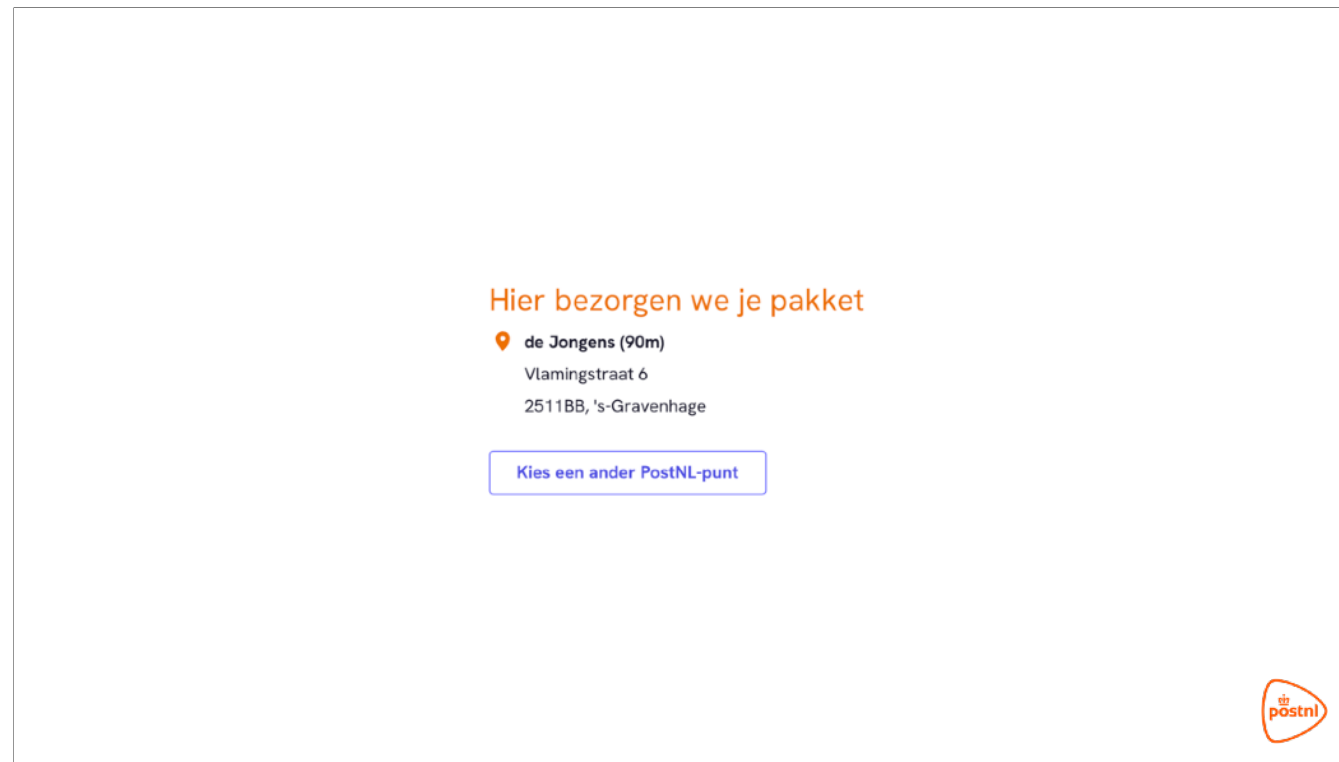
Wie help jij als pakketmaatje?

Je partner of huisgenoot voeg je natuurlijk meteen toe! Maar andere mensen kunnen ook wel een pakketmaatje gebruiken. Bijvoorbeeld als je:

- Niet zo handig bent met computers of internet
- De deurbel niet goed kan horen
- Niet zo snel kan opendoen voor de bezorger

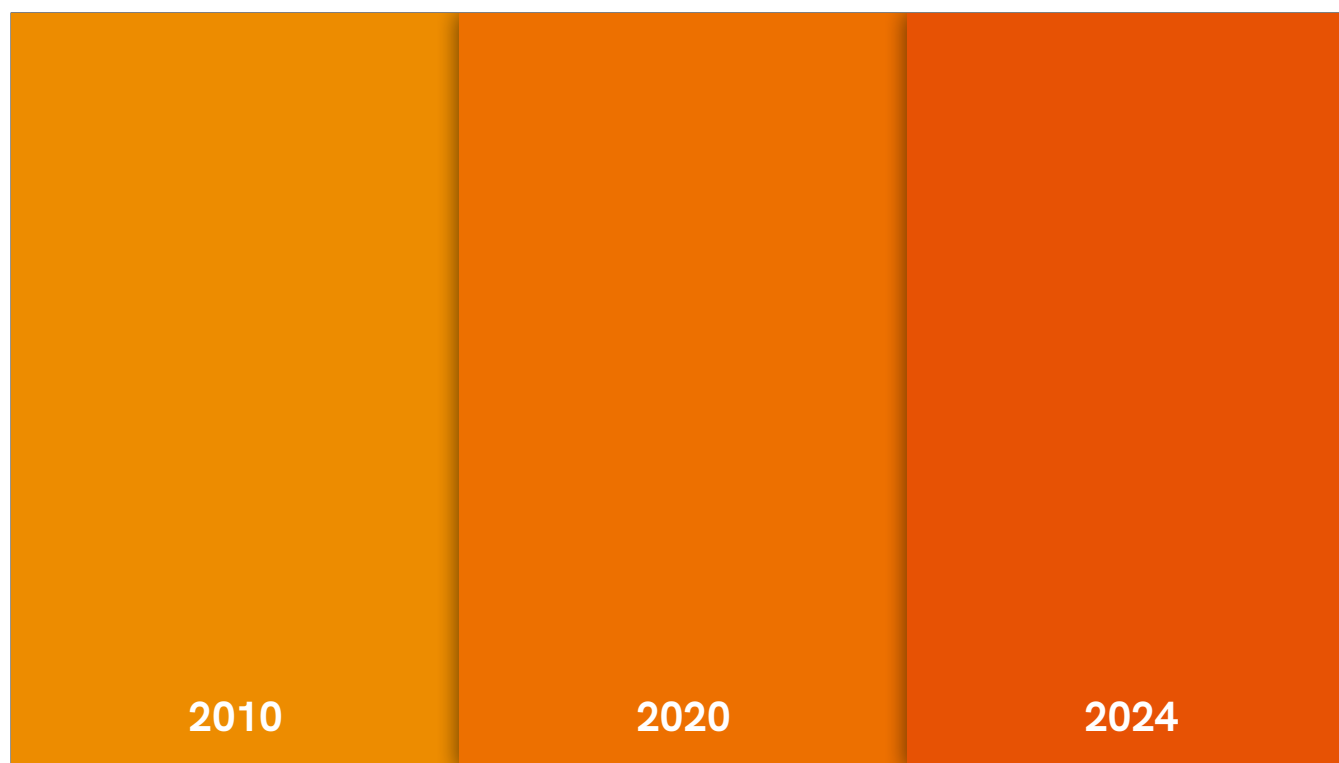


Zoals de mogelijkheid om andermans pakketten in de gaten te houden.
Bijvoorbeeld voor een mantelzorger of gewoon iemand die even wat extra hulp kan gebruiken.



Of recent de mogelijkheid om een pakket naar een specifiek PostNL punt te laten versturen
Dat is algemene functionaliteit, en het is voor iedereen fijn.

Maar uit gebruikersonderzoek bleek wel dat een aantal blinde mensen het extra fijn vonden, want het dichtstbijzijnde punt is niet altijd het meest toegankelijke.



Ik hoop dat we dit als metafoor kunnen zien voor de algemene toegankelijkheid.

Telkens een stukje beter.

En dat dat continu blijven doen.

Bedankt!

