

Mobiel bankieren favoriet onder slechtzienden

Lang leve de smartphone, maar slechtzienden lopen in het betalingsverkeer nog tegen veel obstakels aan. De Oogvereniging en de Betaalvereniging trekken samen op om daar verandering in te brengen



Joost Rongen

WAAR GEBEURD: Een slechtziende wil de taxi betalen maar heeft moeite met het touchscreen van het mobiele pinapparaat dat de chauffeur aanbiedt. “Zeg uw pincode maar”, oppert de chauffeur. “Dan toets ik hem even voor u in.” De anekdote komt van Joost Rongen van de Oogvereniging. Hij lacht: “Natuurlijk geef je je pincode niet!” Rongen, coördinator digitale toegankelijkheid en betalingsverkeer, heeft de aangeboren oogziekte *nystagmus*, in de volksmond ‘wiebelogen’. Zijn ogen bewegen altijd in dezelfde baan. Het effect is bijvoorbeeld dat hij van de hoofdletter H alleen het middengedeelte scherp ziet. Slecht kunnen zien, weet ook Rongen, kost heel veel energie. Schermen, objecten en ruimtes moeten voortdurend worden gescand en de kleinste handelingen kosten de grootste moeite. Er is een grote trukendoos nodig om de dagelijkse obstakels te overwinnen.

Onderzoek Nederland telt bijna een miljoen geregistreerde mensen met een visuele beperking. Daaronder vallen niet de mensen die dankzij een bril weer goed kunnen zien. Wel: mensen met bijvoorbeeld niet te behandelen staar, glaucoom of retinitis pigmentosa (RP), een verzamelnaam voor een grote groep erfelijke netvliesandoeningen. Voor hen geldt zonder uitzondering dat de meest normale handelingen veel moeite kosten en soms zelfs onuitvoerbaar zijn. Betaalvereni-

ging Nederland, die de belangen behartigt van aanbieders van betalingsverkeer op de Nederlandse markt, wilde weten tegen welke problemen mensen met een visuele beperking aanlopen in het betalingsverkeer en liet in samenwerking met de Oogvereniging een onderzoek uitvoeren. Patricia Zwaan, als marktonderzoeker verbonden aan de Betaalvereniging: ‘Uit onderzoek van De Nederlandsche Bank blijkt dat deze groep de diensten in het betalingsverkeer het cijfer 6,7 geeft. Dat is niet slecht, maar wel lager dan de gemiddelde consument. Wij wilden weten wat de pijnpunten en kansen zijn. Want ook bij onze leden is inclusiviteit een hot topic.’

De deelnemers aan het onderzoek gaven onder meer aan dat niet altijd duidelijk is of een betalingsactie is geslaagd. Joost Rongen: “Stel, ik maak duizend euro over, druk op de knop maar tast dan in het duister of ik het goed heb gedaan. Je zou altijd de reactie moeten krijgen: transactie geslaagd. Zoals de baliemedewerker vroeger zei: het is gelukt, prettige dag verder! Dan hoeft je geen zorgen meer te maken.”

Technologische ontwikkelingen Daarnaast staan digitale veiligheid en gebruiksgemak vaak op gespannen voet. De banken nemen maatregelen om het gebruik van digitaal betalingsverkeer veilig te houden. Maar hoe moet je als slechtziende je identiteitsbewijs fotograferen via de app?

Rongen: “Dan moet je een beroep doen op anderen, wat een ongemakkelijk gevoel kan geven: ik kon het allemaal zelf en nu niet meer.”

De technologische ontwikkelingen zorgen niet alleen voor obstakels, ze bieden ook meer kansen en mogelijkheden. De smartphone heeft een groeiend aantal hulpmiddelen voor slechtzienden, zoals voorleesfuncties en vergrotingsmiddelen. Geld opnemen bij de geldautomaat is door de komst van de Geldmaat eenvoudiger geworden, omdat er nu nog maar één versie is, helaas niet altijd met een spraakfunctie.

Mobiel bankieren is veruit favoriet onder mensen met een visuele beperking. Ze vinden de apps over het algemeen goed ingedeeld en de informatie compact weergegeven, waardoor de voorleesfunctie goed te volgen is. Maar niet alle bankapps kunnen in contrast worden weergegeven en bij sommige banken is het kleurgebruik niet handig. Oranje letters op een toetsenbord zijn voor sommigen niet te lezen. “Designers zijn zich vaak te weinig bewust van waar gebruikers tegenaan kunnen lopen”, zegt Joost Rongen. “Iemand met een visuele beperking leert veel uit zijn hoofd. Dit knopje zit hier, dit knopje zit daar. Invoering van een nieuw design is een nachtmerrie. Als je grote veranderingen doorvoert moet je dat in elk geval goed communiceren. Wat je doet en waarom je het doet.”

Pluk het laaghangend fruit eerst, luidt zijn advies. “Zorg bijvoorbeeld voor contrast op het scherm”.

Hij pleit voor invoering door de banken van een uniform designformat, analoog aan het systeem waaraan de Nederlandse overheid werkt voor haar digitale dienstverlening.

Betrek visueel beperkten ‘Betrek visueel beperkten bij het ontwerpproces’ is een van de aanbevelingen van de onderzoekers. Patricia Zwaan beaamt: “De bewustwording op voorhand meenemen in het ontwerp, is veel makkelijker dan achteraf fouten herstellen of aanpassen. De uitdaging is om het thema duurzaam te verankeren in de processen van de organisatie. Het begrip, de bewustwording, de regels. Het is geen kwestie van een eenmalige actie, maar een continu proces. Het mooiste aan het onderzoek vind ik dat het inzichtelijk maakt met welke problemen slechtzienden kampen in het betalingsverkeer. Daarom hebben we er filmpjes over laten maken, die iedereen online kan bekijken.” Joost Rongen vindt dat de banken “goed hun best doen” en ziet vooruitgang. “Het is belangrijk ervaringsdeskundigen bij de processen te blijven betrekken.” Patricia Zwaan knikt. “Alle partijen moeten samenwerken, ook de belangenorganisaties voor de verschillende doelgroepen.” De Betaalvereniging heeft een platform opgericht voor uitwisseling van kennis en ervaringen van de leden over toegankelijkheid en inclusiviteit. Goed initiatief, vindt Joost Rongen als slechtziende. “Wij willen blijven meedoen in de samenleving.” —



Patricia Zwaan

WERKEN AAN TOEGANKELIJKHEID

“We zijn het aan onze stand verplicht”

Praktische en effectieve oplossingen voor de klant, bewustwording en training in de eigen organisatie. Banken werken op alle fronten aan toegankelijkheid. Een kijkje bij Rabobank en ING.

Hoe herken je je bankpas als je slechtziend of blind bent? Voor een antwoord op die vraag organiseerde ING in 2017 gebruikerstesten met verschillende kaarten. De oplossing bleek een kaart met een inkeping aan de zijkant, een zogenaamde notch. “Wij dachten dat een model met kleurcontrasten hoge ogen zou gooien”, vertelt Bianca Prins, Global Head of Accessibility bij ING. “Maar de kaart met de notch bleek universeel. Het hoekje eruit helpt alle klanten om de pas op de juiste manier in te steken bij een betaal- of geldautomaat. Niet alleen slechtzienden, ook bijvoorbeeld klanten met gewrichtsklachten zoals reuma.” De nieuwe bankpas van ING komt beschikbaar voor alle ING-klanten en wordt geleidelijk ingevoerd. Prins: “We zijn heel blij met de kaart, juist omdat hij voor iedereen is en niemand uitsluit.” Het testen van aanpassingen en nieuwe producten is voor zowel ING als Rabobank essentieel. Een gespecialiseerd bedrijf is bij Rabobank aan de slag om te helpen om honderd procent digitaal toegankelijk te worden, vertelt Accessibility Manager Maartje Gosselink. “En nieuwe features worden getest op toegankelijkheid.” De toegankelijkheid is hiermee nog niet honderd procent gegarandeerd, maar dat is wel het streven, vertelt ze. “We werken met 250 teams aan de ontwikkeling en het beheer van onze websites

en app. Al deze collega’s leveren dus een bijdrage aan toegankelijkheid”. Rabobank ondersteunt klanten met onder meer gratis workshops, brailleafschriften en grotere toetsen en een spraakfunctie op de Random Reader Comfort.

“We willen graag de zelfredzaamheid verbeteren van mensen die vanwege leeftijd of een fysieke of verstandelijke beperking moeite hebben om hun bankzaken te doen”, zegt Gosselink. “Onze missie is *Growing a better world together*, dus wij willen stappen blijven zetten.”

Naast praktische aanpassingen hebben beide banken een opleidingsprogramma voor medewerkers. Gosselink: “Het is belangrijk dat bankmedewerkers weten wat het betekent om zelfstandig te bankieren voor mensen met beperkingen. Het gaat niet alleen om productontwerp, maar ook over klantbediening. We hebben geregeld contact met de doelgroepen en ook intern een klankbordgroep die bestaat uit collega’s met bijvoorbeeld een visuele beperking.”

ING traint medewerkers volgens het zelf opgezette *Accessibility Champions Programma*: deelnemers die de cursus met goed gevolg afleggen worden ambassadeur en dragen hun kennis over digitale toegankelijkheid uit. Bewustwording en opleiding is nooit klaar, beamen beiden. Maartje Gosselink: “Een bank moet toegankelijk zijn voor alle klanten. Dat moet de standaard zijn. We zijn het aan onze stand verplicht.”