

DREMPELS WEG

OPDRACHTGEVER

Landelijk Bureau Toegankelijkheid
Ministerie van Volksgezondheid
Welzijn en Sport

AKTIVITEIT

Publieke campagne

WANNEER

2000 - 2004



"...Met name wanneer je een handicap hebt, is het Internet een uitkomst. Je hoeft minder vaak de deur uit, en je kunt op voet van gelijkwaardigheid deelnemen aan de samenleving. Bij het surfen merk ik dat de linkjes vaak erg klein zijn. Dat is lastig voor mij, omdat ik de muis bestuur met mijn mond of met mijn ogen. Daardoor is het moeilijker om kleine links te raken. Als het mogelijk is om de tekst te vergroten door deze op bijvoorbeeld Extra Groot via de menubalk in de internetbrowser te zetten, dan wordt het voor mij een stuk makkelijker surfen..."

Jacko van Dijk, Landelijk ambassadeur motorisch gehandicapten

Op straat of in de inrichting van gebouwen is vaak geen rekening gehouden met mensen met een handicap. Het Internet biedt gehandicapten de mogelijkheid obstakels in het "echte leven" te omzeilen en toch actief deel te nemen aan de samenleving. Maar ook op het Internet stuiten gehandicapten op vervelende drempels.

Het Ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport wil de participatie van gehandicapten in de samenleving vergroten. Op verzoek van de Directie Gehandicaptenbeleid van het Ministerie van VWS heeft BKB in 2000 het concept voor de campagne Dremfels Weg geschreven. Dremfels Weg is een landelijke campagne die tot doel heeft het Internet toegankelijk te maken voor mensen die in hun beweeglijkheid beperkt zijn.

BKB heeft deze campagne bedacht en samen met de Nieuwe Media Groep en Politiek Online uitgevoerd. In 2002 heeft het Ministerie het project overgedragen aan het Landelijk Bureau Toegankelijkheid.

Wat de campagne bijzonder maakt, is dat gehandicapten zelf de centrale boodschap uitdragen. Dat is een groep landelijke en provinciale ambassadeurs, mensen met een auditieve, visuele, lichamelijke of verstandelijke handicap.

De campagne besloeg een periode van vier jaar en bestond uit verschillende componenten.

STRATEGISCH ONDERZOEK

In de aanloop naar de campagne keek BKB allereerst naar de context van Dremfels Weg. Welke technologische ontwikkelingen het Internet veranderen. Hoe in het buitenland de toegankelijkheid van websites geregeld is. Welke richtlijnen er al bestaan in Nederland. En hoe je de toegankelijkheid van bijvoorbeeld een website meet.

BKB heeft de specifieke behoeften van auditief, visueel, lichamelijk en verstandelijk gehandicapten in kaart gebracht door middel van focusgroepen. Tussentijds verrichtte BKB een groot kwantitatief onderzoek. Ruim 1000 mensen zijn gevraagd of zij bekend zijn met de campagne en hoe zij staan tegenover de doelstellingen. Hier over zijn strategische rapporten geschreven.

CONCEPTONTWIKKELING

BKB schreef het campagneplan, formuleerde de kernboodschap, de strategie en het plan van aanpak.

DE AMBASSADEURS

Een groep landelijke en regionale ambassadeurs stond centraal in deze campagne. Per provincie waren er vier regionale ambassadeurs. Zij werden geïnstalleerd door Burgemeesters als Wallage (Groningen), Leers (Maastricht) en Guusje ter Horst (Nijmegen). De ambassadeurs gingen de straat op. Zij gingen op bezoek bij bedrijven en organisaties



Foto's van de slotmanifestatie campagnejaar 2003, met o.a. Katja Schuurman, Mathilde Santing en Wim Kok

als Vodafone, Grolsch en Wehkamp. In totaal overtuigden zij meer dan 350 bedrijven een verklaring te ondertekenen waarmee zij beloofden hun websites drempelsvrij te maken.

BKB selecteerde de ambassadeurs en begeleidde hen in de uitvoering van hun taak. Want zij verzorgden de lokale publiciteitscampagnes. BKB verzorgde speciale trainingen en hielp in de organisatie van alle mediamomenten. Op hun beurt gaven de ambassadeurs zelf trainingen aan hun achterban.

MEDIABELEID

BKB bedacht de mediastrategie, schreef persberichten en organiseerde alle persmomenten, zowel landelijk als regionaal. BKB verzorgde speciale media-trainingen voor de ambassadeurs.

EVENEMENTENORGANISATIE

Naast een groot aantal kleinere evenementen in de provincies heeft BKB twee grote landelijke manifestaties georganiseerd:

9 april 2002: de slotmanifestatie van het eerste jaar Drempels Weg in Koninklijk Theater Carré in Amsterdam. In het eerste campagnejaar hadden meer dan honderd grote bedrijven en instellingen toegezegd hun site aan te passen. Dit werd gevierd met een programma met optredens van o.a. Mathilde Santing, Vincent Bijlo en Henk Westbroek. Katja Schuurman en Frits Wester interviewden o.a. staatssecretaris Margo Vliegthart, de ambassadeurs van 'Drempels Weg' en minister-president Wim Kok.

8 Oktober 2004: De manifestatie ter afsluiting van de "Week van de Toegankelijkheid" in de Heineken Music Hall in Amsterdam. Hier waren workshops over bv. "toegankelijke websites bouwen" en "campagne voeren". Ook werd het eerste officiële "toegankelijkheidswaarmaerk" overhandigd. Er waren debatten en interviews. Optredens waren er van Xander de Buissonje, Howard Komproe en JIM.

OPEN SOURCE CAMPAGNE

Tegen het einde van de campagne is alles in het werk gesteld om de ervaring en knowhow van het project publiek vrij toegankelijk te maken. Campagnemanuals en trainingsprogramma's zijn ondergebracht op de site van Drempels Weg. Webbouwers kunnen terecht op deze site voor instructies over toegankelijk bouwen. De 35 overgebleven ambassadeurs zetten hun werk gewoon voort. Inmiddels is ook een testteam in het leven geroepen. Dit team gaat de komende 2 jaar websites testen op toegankelijkheid en de eigenaars van de sites informeren over hun bevindingen.

TOEGANKELIJSHEIDSWAARMERK

Honderden organisaties hebben een verklaring getekend waarin ze beloven hun sites toegankelijk te maken. Zij volgen daarbij de Drempels Weg Richtlijnen. Organisaties die aan deze richtlijnen voldoen, kunnen het officieel erkende toegankelijkheidswaarmaerk verdienen. Een onafhankelijke stichting kent dit waarmaerk toe.

DE SITE

www.drempelsweg.nl

LANDELIJK BUREAU TOEGANKELIJKHEID

www.lbt.nl