

Toegankelijkheid loont

Een winkel voor iedereen

Een 5-stappenplan met concrete actiepunten



Een initiatief van

Hans Anders en Nationale Vereniging de Zonnebloem

Inhoudsopgave

Introductie: inzichten uit praktijkonderzoek	3
Waarom een goed bereikbare winkel loont	4
De praktijk: hoe beleeft een klant in een rolstoel jouw winkel?	6
Casestudy Hans Anders: in 5 stappen naar betere bereikbaarheid	9
De belangrijkste lessen	14
Praktische tips: direct aan de slag in jouw winkel(s)	15
Meedoen, en meer over de partners	17

Inzichten uit praktijkonderzoek

Nederland telt ruim 1,4 miljoen mensen met een lichamelijke beperking. Dit is een aanzienlijke groep consumenten die dagelijks aankopen wil doen, winkels wil bezoeken en diensten wil afnemen. Toch laat bijna 73% van hen regelmatig een winkelbezoek aan zich voorbijgaan vanwege gebrekkige toegankelijkheid. Dat betekent dus: gemiste klanten.

1,4M

Nederlanders met een
lichamelijke beperking

73%

Slaat regelmatig winkelbezoeken
over door barrières

Voor retailers voelt rolstoeltoegankelijkheid op het eerste gezicht vaak als complex, kostbaar of zelfs onmogelijk. Dit geldt in het bijzonder voor ondernemers in historische panden met drempels, smalle doorgangen of trappen. Maar de praktijk laat iets heel anders zien: een betere begaanbaarheid hoeft absoluut niet ingewikkeld te zijn. Sterker nog, met relatief kleine aanpassingen maken organisaties al een wereld van verschil.

Hans Anders besloot de vraag om te draaien. Niet focussen op de beperkingen, maar juist één heldere vraag centraal stellen: Wat kan wél? Samen met Nationale Vereniging de Zonnebloem ontwikkelde Hans Anders een praktische en doelgerichte aanpak waarmee de winkels toegankelijker worden.

Deze whitepaper biedt retailers een praktisch 5-stappenplan, concrete inzichten en haalbare actiepunten op basis van de praktijkervaringen van Hans Anders.

De cijfers in deze whitepaper zijn gebaseerd op onderzoek van Nationale Vereniging de Zonnebloem. Meer informatie op pagina 17.

Nationale Vereniging de Zonnebloem

Nationale Vereniging de Zonnebloem zet zich in voor iedereen met een lichamelijke beperking. Toegankelijkheid geldt immers voor iedereen: of je nu loopt met krukken, een rollator gebruikt of in een rolstoel zit. In deze whitepaper richten we ons specifiek op rolstoeltoegankelijkheid. Waarom? Omdat een rolstoel de meeste ruimte nodig heeft van alle hulpmiddelen. De praktijk leert: als een winkel goed bereikbaar is voor een rolstoel, dan staat de zaak automatisch ook meteen open voor klanten met een rollator of krukken.

Waarom een goed bereikbare winkel loont

Echte toegankelijkheid draait om één heldere vraag: kan iedereen volwaardig meedoen? Volgens het VN-verdrag Handicap is dit een maatschappelijke verantwoordelijkheid. Maar het is ook een commerciële kans:

- **Meer klanten:** omdat 73% van de mensen met een lichamelijke beperking een winkelbezoek nu nog regelmatig overslaat, loopt de retailsector bijna 1 miljoen potentiële klanten mis. Door barrières weg te nemen, bereiken retailers een grote doelgroep die nu noodgedwongen wegblijft.
- **Hogere klanttevredenheid:** een goed begaanbare winkel is ruimer en prettiger voor iedereen. Kleine, slimme aanpassingen op de winkelvloer kunnen zorgen voor toename in waardering en een betere servicebeleving.
- **Sterker merk:** actieve inclusie draagt direct bij aan merkvoorkeur en klantloyaliteit.

Rolstoeltoegankelijkheid is dus geen kostenpost, maar een slimme investering in groei. Toegankelijkheid hoeft bovendien geen vermogen te kosten. Veel winst valt te behalen met laagdrempelige 'quick wins' (zoals een assistentie-bel of heldere informatie online). Ingrijpende fysieke aanpassingen (zoals automatische schuifdeuren) vergen grotere investeringen, maar kunnen kostenefficiënt worden gepland als vast onderdeel van reguliere winkelverbouwingen of herhuisvesting.

Voor Hans Anders was het bovendien een logisch onderdeel van de kernbelofte: goede oog- en hoorzorg bereikbaar maken voor iedereen.

44

Bij Hans Anders zeggen we altijd dat we er voor iedereen zijn. Iedereen moet zich welkom voelen in onze winkels. Dan moet je ook eerlijk durven kijken: zijn we dat écht? Toegankelijkheid gaat voor ons over die vraag serieus nemen en er ook naar handelen. Niet door te zoeken naar perfectie, maar door vandaag al te verbeteren wat kan.”

Rian van Koulik, Director Corporate Communications Hans Anders



Het kostenmisverstand: niet aanpassen is onderaan de streep het duurst

Veel retailers stellen toegankelijkheid uit uit angst voor hoge verbouwingskosten. Maar wie niet aanpast, betaalt dagelijks een onzichtbare prijs. 73% van de 1,4 miljoen consumenten met een lichamelijke beperking draait bij drempels of zware deuren stilzwijgend om, zonder klacht en zonder aankoop.

Aanpassen voor toegankelijkheid is niet alleen een investering in het verbeteren van de winkelervaring maar juist ook in het voorkomen van misgelopen omzet.

Wat betekent (rolstoel)toegankelijkheid in de praktijk?

Om te begrijpen hoe ingrijpend digitale, fysieke en sociale drempels kunnen zijn, wordt geluisterd naar de ervaringsdeskundigen zelf. Een winkelervaring voor iemand met een lichamelijke beperking bestaat uit 3 bepalende onderdelen: de voorbereiding thuis, de fysieke situatie in en om de winkel en de sociale interactie met het personeel.

De voorbereiding en online oriëntatie

Mensen met een lichamelijke beperking oriënteren zich vooraf online. Uit de scans bleek dat informatie over rolstoeltoegankelijkheid en nabijgelegen gehandicaptenparkeerplaatsen op filiaalpagina's vrijwel altijd ontbrak. Het toevoegen van praktische bereikbaarheidsinfo op de winkelwebsite, op de homepage of een duidelijke plek in het menu, neemt direct drempelvrees weg.

De fysieke situatie in en rond winkel

Zodra de klant bij de winkel aankomt, bepalen de entree en winkelinrichting en de ruimte de mate van zelfstandigheid en gelijkwaardigheid. De grootste fysieke knelpunten die telkens weer naar voren komen zijn zware deuren, trappen bij de ingang en hoge drempels bij de entree. Eenmaal binnen verschuift het probleem zich naar smalle gangpaden waar manoeuvreren lastig is, of producten die te hoog in de schappen liggen.

Ook pashokjes of specifieke service-omgevingen, zoals de ruimtes voor oogmetingen, kunnen in de praktijk een uitdaging zijn. Tot slot speelt de kassa een rol: te hoge kassabalies of een pinautomaat met een te kort snoer zorgen ervoor dat iemand niet zelfstandig en veilig kan afrekenen.

De sociale interactie

Maar liefst 77% van de mensen met een lichamelijke beperking geeft aan dat er vanwege hun lichamelijke beperking anders met hen wordt omgegaan (een kwart van de doelgroep ervaart dit zelfs zeer regelmatig). Veel consumenten in een rolstoel geven aan dat zij niet direct worden aangesproken, betutteld worden of niet serieus worden genomen.

Medewerkers praten soms over de klant heen tegen een partner of familielid, of gaan onbedoeld op een andere toon communiceren. Dit tast de waardigheid en de zelfstandigheid van de bezoeker aan.

77%

van de mensen met een lichamelijke beperking geeft aan dat er vanwege hun beperking anders met hen wordt omgegaan. Een kwart ervaart dit zelfs zeer regelmatig.

“

Het klinkt misschien overdreven, maar het gebeurt nog wekelijks: mensen die door hun knieën gaan en tegen me praten alsof ik een kind ben. Of mijn partner aanspreken in plaats van mij. Dat maakt je klein. Terwijl er eigenlijk maar één ding anders is; mijn benen doen het niet."

Tamara, Mystery Guest Nationale Vereniging de Zonnebloem



Casestudy Hans Anders: in 5 stappen naar betere rolstoeltoegankelijkheid

Hoe maakt een grote retailorganisatie toegankelijkheid concreet? Hans Anders liet zien hoe een gestructureerde aanpak in 5 stappen leidt tot echte verandering:

1 Inzichten verzamelen

De eerste stap draaide volledig om het verzamelen van onafhankelijke informatie en het begrijpen van de reële knelpunten:

- **Testbezoeken:** een groot aantal winkels werd onaangekondigd bezocht en kritisch getest door getrainde mystery guests met een lichamelijke beperking, georganiseerd door de Zonnebloem. Hun ervaringen werden gebundeld in een onafhankelijk adviesrapport.
- **Toegankelijkheidsscan:** de Zonnebloem liet daarnaast een gecertificeerde toegankelijkheidsexpert professionele scans uitvoeren van een selectie winkels om structurele verbeterpunten bloot te leggen.
- **Workshops met storemanagers:** storemanagers werden op landelijke storemanagerdagen al vroeg in het proces actief betrokken. Zij kregen niet alleen mysteryvisitresultaten gepresenteerd, maar deelden ook actief hun eigen ervaringen en inzichten over rolstoeltoegankelijkheid en dachten mee over praktische oplossingen. Dit zorgde direct voor breed organisatorisch draagvlak.

De testbezoeken lieten helder zien waar de klantreis nog vast liep:

“Via de website heb ik een afspraak gemaakt, maar ik wist niet zeker of de winkel rolstoeltoegankelijk was. Die informatie kon ik nergens vinden. Hiervoor moest ik bellen, maar het was wel fijner geweest als ik op de website kon zien of het rolstoeltoegankelijk is. De medewerker wist telefonisch wel waar ik het over had en gaf hier ook meteen antwoord op.”

Mystery Guest

Resultaat: direct inzicht én een diepgaande bewustwording binnen de gehele organisatie.

2 De klantreis in kaart brengen

De volledige winkelervaring werd heel nauwkeurig geanalyseerd. Dit proces begon thuis bij het online zoeken naar informatie en het maken van een afspraak, ging verder naar de bereikbaarheid en fysieke entree van het pand. Ook de ervaring in de winkel werd in kaart gebracht zoals de looproutes naar de producten, de toegankelijkheid van de oogmeetruimtes, balies en adviesruimtes.

Resultaat: een kristalhelder overzicht van knelpunten en de gewenste kenmerken voor optimale rolstoeltoegankelijkheid.

3 Richtlijnen opstellen

Samen met de Zonnebloem stelde Hans Anders een overzicht op van duidelijke en haalbare richtlijnen. Er werd gekeken naar: wat is minimaal nodig, wat is wenselijk en wat is technisch en operationeel haalbaar per specifieke locatie? Vervolgens werden alle Hans Anders-winkels in Nederland en België geïnventariseerd.

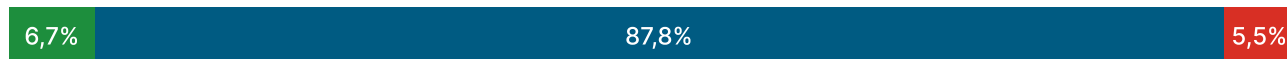
De winkels zijn opgedeeld in 3 categorieën:

1. Volledig rolstoeltoegankelijk
2. Rolstoeltoegankelijk met eigen begeleiding
3. Niet volledig rolstoeltoegankelijk

Winkels die in categorie 1 of 2 vallen, worden gezien als rolstoeltoegankelijk. Een 100% score op Categorie 1 (volledig autonome toegankelijkheid) is in veel historische of compacte binnenstadspanden bouwkundig en financieel niet haalbaar. De strategische focus van Hans Anders lag daarom op Categorie 2: het gegarandeerd toegankelijk én gastvrij maken met een kleine assistentie-aanpassing, zodat de deur voor iedereen openstaat.

Verdeling per categorie

Hans Anders Nederland (264 winkels)



Hans Anders België (138 winkels)



■ Cat. 1: volledig toegankelijk

Cijfers uit de officiële meting (februari 2026)

■ Cat. 2: met eigen begeleiding

■ Cat. 3: niet volledig toegankelijk

Resultaat: duidelijke afspraken waar een winkel aan moet voldoen en een helder overzicht van hoe de winkels er op dat moment voorstonden. Hierdoor was meteen duidelijk welke winkels als eerste hulp nodig hadden en kon er helder over worden gecommuniceerd.



4 Actieplan bepalen

Op basis van de nulmeting zijn concrete actiepunten uitgetekend, gericht op snelle impact zonder onnodige complexiteit:

- **Quick wins (direct uitvoerbaar):** voeg toegankelijkheidsinformatie toe aan de website, verwijder obstakels in de winkel en plaats drempelhulpen en deurbellen op ooghoogte bij zware deuren. Om fysieke hulpmiddelen (zoals drempelhulpen en assistentie-bellen op ooghoogte) kostenefficiënt te verspreiden, werd gebruikgemaakt van het bestaande logistieke netwerk. Materialen werden via reguliere nachtleveringen vanuit het Service Center in Gorinchem rechtstreeks aan de winkels geleverd.
- **Structurele verbeteringen:** ontwikkel een innovatief prototype voor een rolstoelvriendelijke meetruimte en neem een toegankelijkheidstoets standaard op bij nieuwe winkelopeningen of verhuizingen.
- **Training van medewerkers:** ontwikkel een e-learningmodule over inclusieve klantbehandeling in samenwerking met de Zonnebloem, en maak deze vast onderdeel van de onboarding van nieuw personeel.
- **Communicatie (intern en extern):** stel een praktisch draaiboek op voor winkelteams en zet duidelijke graphics/raamstickers in om de rolstoelvriendelijkheid direct zichtbaar te maken voor de consument.

5 Implementeren

Het volledige programma werd organisatiebreed gelanceerd op de Internationale Dag van de Rolstoeltoegankelijkheid in maart 2025. De uitrol vond in één keer plaats in alle winkels in Nederland en België inclusief communicatie, fysieke hulpmiddelen en verplichte training.

- **Voorbereiding:** afdeling Building & Facilities toetste vooraf, via winkelbezoeken en op basis van verwachte vragen en uitdagingen, de praktische toepasbaarheid van de materialen op de winkelvloer.
- **Overnight uitrol:** de fysieke uitrol vond niet gefaseerd plaats, maar overnight op zaterdag 1 maart 2025 (Internationale Dag van de Rolstoeltoegankelijkheid) om organisatiebreed momentum te creëren.
- **Interne activatie & borging:** winkelteams werden geactiveerd via het interne platform Speakap, aangejaagd door Area Managers en Sales Coaches. De e-learning over inclusieve klantbehandeling is door Learning & Development geborgd als verplicht onderdeel van de onboarding voor nieuwe medewerkers.

ESG & sturing

ESG (Environmental, Social and Governance) is de internationale benaming voor het raamwerk dat duurzaamheid en maatschappelijke impact van organisaties en bedrijven meet. Om de impact structureel te borgen, is rolstoeltoegankelijkheid verankerd in de ESG-strategie van moederorganisatie Nexeye.

Monitoring: de toegankelijkheidsstatus van het winkelpark wordt twee keer per jaar intern gemonitord.

Rapportage: de uitkomsten worden jaarlijks extern gepubliceerd in het Sustainability Ambition Report en intern frequent besproken op boardniveau.

Opschaling: Nexeye gebruikt deze aanpak als blauwdruk om rolstoeltoegankelijkheid in de toekomst internationaal uit te rollen bij de ketens eyes + more en direkt optik.

Resultaat: de rolstoeltoegankelijkheid is concreet verbeterd en bewustwording is een vast onderdeel geworden van de dagelijkse retailpraktijk. De resultaten worden bovendien structureel besproken met de directie, via de vaste duurzaamheids- en sociale cijfers (ESG). Zo blijft het onderwerp altijd de aandacht krijgen die het verdient.

De belangrijkste lessen

Universele inzichten met praktische Hans Anders-reflecties

- 1 De deurdranger-paradox:** vanwege energiebehoud en duurzaamheid konden zware winkeldeuren niet open blijven staan. Een simpele bel op rolstoelhoogte bleek een verrassend effectieve quick win die erg positief werd ontvangen door klanten en personeel.
- 2 Mindset overstijgt fysiek:** de grootste verandering zit niet in bouwkundige aanpassingen, maar in bejegening: medewerkers leren de klant in de rolstoel direct aan te spreken in plaats van de begeleider.
- 3 Borging vanaf dag 1:** organiseer borging (zoals onboarding en terugkerende interne communicatie) direct bij de start van het project, zodat toegankelijkheid verankerd raakt in de dagelijkse manier van werken.



Praktische tips

Als retailer direct zelf aan de slag? De toegankelijkheidsspecialisten van de Zonnebloem hebben een aantal tips geformuleerd waarmee retailers direct kunnen starten. Begin vandaag nog met deze beproefde en concrete stappen:

Actiepunt	Toepassing in de praktijk
Toegankelijkheid zichtbaar online	Plaats duidelijke informatie over de toegankelijkheid bij de adresgegevens en openingstijden op de website. Vermeld indien mogelijk de dichtstbijzijnde gehandicaptenparkeerplaats en de exacte afstand tot de winkel.
Drempelloze entree	Maak de entree obstakelvrij voor een moeiteloze binnenkomst. Plaats een stabiele drempelhulp of oprijplaat bij drempels hoger dan 2 centimeter.
Toegankelijke deuren	Stel een te zware deurdranger lichter af of kies voor een automatische schuifdeur. Plaats een assistentiebel op rolstoelhoogte als dit niet mogelijk is. Garandeer altijd een minimale deuropening van 85 cm breedte.
Toegankelijke kassabalie	Verlaag een deel van de balie, zodat klanten in een rolstoel comfortabel oogcontact kunnen maken, makkelijk producten kunnen neerleggen of formulieren kunnen invullen. Gebruik bij voorkeur een mobiel pinapparaat, of zorg dat het snoer van een vast pinapparaat lang genoeg is om aan te reiken.
Brede, vrije gangpaden	Maak looppaden minimaal 90 cm breed, met op cruciale punten een manoeuvreerruimte van ten minste 150 cm. Houd gangpaden te allen tijde strikt vrij van tijdelijke displays of reclameborden.
Toegankelijke tafels	Bied bij een advies- of leestafel een vrije onderrijdbare ruimte van minimaal 70–75 cm hoog en 60–70 cm breed. Houd de bovenkant van de tafel op maximaal 80 cm hoogte; een instelbare hoogte is ideaal.
Vrije vluchtroutes	Houd alle nooduitgangen breed en volledig obstakelvrij, zodat ook minder mobiele klanten de winkel in geval van nood snel en veilig kunnen verlaten.
Investeer in gastvrijheid	Train medewerkers in bejegening en neem actuele kennis over nabijgelegen aangepaste toiletten en parkeerplaatsen op in de basisservice. Praat altijd rechtstreeks met de persoon in de rolstoel zelf, vermijd betutteling en vraag eerst óf iemand hulp nodig heeft voordat er geholpen wordt.
Werk stap voor stap	Begin klein en verbeter continu. Maak van toegankelijkheid geen ingewikkeld megaproject, maar zet simpelweg de eerste stap.

Maatregelen per investeringsniveau

Investeringsniveau	Maatregelen in de praktijk	Impact op business
Niveau 1: geen tot lage kosten	Gangpaden vrijhouden (min. 90 cm), online bereikbaarheid- en toegankelijkheidsinfo toevoegen, e-learning bejegening.	Directe drempelverlaging online en hogere klanttevredenheid.
Niveau 2: lage tot gemiddelde kosten	Drempelhulpen plaatsen, assistentie-bel op rolstoelhoogte (90 tot 120 cm), mobiel pinapparaat inzetten.	Zelfstandig betreden van de winkel en zelfstandig en veilig afrekenen geregeld.
Niveau 3: hoge kosten	Automatische deuren, verlaagde balies, rolstoelvriendelijke meetruimtes.	Koppelen als vast onderdeel aan reguliere verbouw- en onderhoudscycli.



Maak jouw winkel(s) ook toegankelijk: ontdek de mogelijkheden

Om te borgen dat elke consument zich oprecht welkom voelt op de winkelvloer, staat Nationale Vereniging de Zonnebloem klaar om retailorganisaties hier praktisch, deskundig en stap voor stap bij te ondersteunen.

Nationale Vereniging de Zonnebloem

Telefoon: 076 – 564 63 55 | E-mail: toegankelijkheid@zonnebloem.nl

1. De Zonnebloem Belevingsworkshop

Een interactieve en impactvolle bewustwordingstraining voor winkelpersoneel en managers. Onder begeleiding van inhouds- én ervaringsdeskundigen ondervinden medewerkers zelf in een rolstoel hoe het is om door een winkelomgeving te navigeren. Dit creëert direct de juiste mindset en praktische vaardigheden.

2. Toegankelijkheidsscans en advies

Van een pragmatische basisscan tot een volledige, diepgaande doorlichting van je winkelportfolio op basis van de officiële standaarden. Je ontvangt een concreet adviesrapport met direct toepasbare quick wins en langetermijnoplossingen.

De Zonnebloem denkt graag mee over een oplossing die past bij de specifieke winkelorganisatie. Neem voor een vrijblijvend adviesgesprek rechtstreeks contact op.

Over de partners

Hans Anders: al meer dan 40 jaar een vertrouwd gezicht in de winkelstraten van Nederland en België, met bijna 400 locaties. De kernmissie is sinds de oprichting in 1982 ongewijzigd: kwalitatieve en goede oog- en hoorzorg bereikbaar en betaalbaar maken voor zoveel mogelijk klanten, zowel fysiek als online.

Nationale Vereniging de Zonnebloem: sinds 1949 uitgegroeid tot de grootste vrijwilligersorganisatie van Nederland. De vereniging zet zich dagelijks in voor de 1,4 miljoen Nederlanders met een lichamelijke beperking door middel van persoonlijke aandacht, activiteiten en vakanties, met als ultiem doel een volledig toegankelijke samenleving waarin iedereen volwaardig kan meedoen.

Over het onderzoek: Het onderzoek is uitgevoerd door het Expertisecentrum Onderzoek & Analyse van Nationale Vereniging de Zonnebloem en bestaat uit twee delen. Het eerste onderzoek onder 4.654 mensen met lichamelijke beperking (eind 2025) liet zien dat zij veel problemen ervaren met winkels en toiletten. In het voorjaar van 2026 vulden 1.372 mensen met een lichamelijke beperking een verdiepende online vragenlijst in over deze thema's.