

EENVOUDIG COMMUNICEREN OVER PENSIOEN

Een aanpak voor
laaggeletterden
en iedereen die van duidelijke
taal houdt

dr. Annemarie van Hekken
dr. Louise Nell



Voorwoord

Vorig jaar hebben we voor het eerst alle inzichten op een rij gezet die kunnen helpen om te communiceren met laaggeletterden over pensioen. We kregen van verschillende mensen de reactie dat veel van deze inzichten bruikbaar zijn voor een veel bredere doelgroep.

Daarom een nieuwe editie, met een ruimere invalshoek. Hoe communiceer je eenvoudig en duidelijk over pensioen? En waardoor ontstaan moeilijke teksten? Geregeld lezen we dat 'Jip en Janneke-taal' de oplossing zou zijn. Vermoedelijk bedoelen de voorstanders van Jip en Janneke-taal dat je korte zinnen moet gebruiken, zonder jargon. De gereedschapskist voor duidelijke communicatie bevat echter meer oplossingen. Denk aan het beperken van het aantal boodschappen en het gebruik van een passende vorm. Daarbij is het goede nieuws dat je niet door de knieën hoeft om helder te communiceren. We kijken elkaar recht in de ogen en zeggen waar het om gaat.

Nog steeds is er in deze editie ruim aandacht voor laaggeletterdheid en hoe je met laaggeletterden kunt communiceren over pensioen. Laaggeletterden zijn geen speciale groep in onze samenleving die je er zo uitpikt, maar gewone burgers. Die ook boodschappen doen, naar de tandarts gaan en werken. En vaak ook pensioen opbouwen. De vraag of iemand 'geletterd' is, is niet altijd duidelijk te beantwoorden. 'Eigenlijk zijn we bijna allemaal laaggeletterd als het om pensioen gaat', merkte iemand op bij een bespreking van het vorige document. Vandaar de eerste kop in de inleiding: 'Iedereen houdt van eenvoudige taal als het om pensioen gaat'.

Wij, Louise en Annemarie, houden ons al lange tijd bezig met communicatie over pensioen. We kennen elkaar uit de tijd dat we aan ons proefschrift werkten en zijn beiden gepromoveerd op het onderwerp pensioencommunicatie. Het afgelopen jaar hebben we nauw samengewerkt toen we onderzochten wat mensen kunnen begrijpen als het gaat om de nieuwe regels voor pensioen. We hebben geprobeerd de contouren van het nieuwe stelsel zo eenvoudig mogelijk op papier te zetten. En leerden dat je niet snel té eenvoudig schrijft. Alle inzichten die we hebben opgedaan, hebben we verwerkt in deze nieuwe editie.

Annemarie van Hekken en Louise Nell
Mei 2021

Inhoud

1.	Waarom eenvoudig schrijven?	4
	Iedereen houdt van eenvoudige taal als het om pensioen gaat	4
	Laaggeletterdheid in Nederland	4
	Gevolgen van laaggeletterdheid in het algemeen	5
	Laaggeletterdheid en financiële zelfredzaamheid	6
	Obstakels die we moeten overwinnen met eenvoudige taal	7
	Waarvoor zijn teksten over pensioen moeilijker dan nodig?	8
	Taalniveaus.....	10
2.	De groep laaggeletterden groeit.....	11
	Veel jongeren lezen niet meer	11
	Wie niet of weinig leest, verliest zijn vaardigheid.....	11
3.	Hoe kunnen we eenvoudig schrijven	12
	Stap 1: Bepaal het doel van een uiting.....	12
	Stap 2: Breng de context in kaart.....	12
	Stap 3: Kies je kanaal zorgvuldig	13
	Stap 4: Hanteer een passende toon en stijl.....	20
	Stap 5: Pas je taalgebruik aan	21
	Stap 6: Zorg voor structuur	26
	Stap 7: Besteed aandacht aan de opmaak	27
	Stap 8: Help de lezer om actie te ondernemen	30
	Stap 9: Test de uiting.....	31
4.	Termen en begrippen in pensioencommunicatie.....	32
5.	Verwijzingen	35

I. Waarom eenvoudig schrijven?

Iedereen houdt van eenvoudige taal als het om pensioen gaat

Teksten over pensioen zijn snel moeilijk. Een uitleg van de regeling of de keuzemogelijkheden die iemand heeft, bevat momenteel vaak nog termen die we niet gebruiken in onze dagelijkse taal. Daar komt nog eens bij dat de gemiddelde burger niet zoveel weet van pensioen. Bij veel mensen ontbreekt een raamwerk, waar de informatie of een verzoek 'ingehangen' kan worden. Daardoor is de kans groot dat een tekst over pensioen onderdelen bevat die niet begrepen worden. Veel mensen vinden het prettig als een tekst zó geschreven is dat er geen voorkennis nodig is om de tekst te begrijpen.

Een tweede reden om eenvoudig te schrijven heeft te maken met ons werkgeheugen. We kunnen maar een beperkt aantal elementen tegelijk verwerken. Als het onderwerp complex en abstract is, moeten we het niet onnodig moeilijker maken door de manier waarop we erover communiceren.

We zoomen hierna in op een specifieke doelgroep, voor wie eenvoudige taal niet alleen een wens, maar zelfs een noodzaak is: de groep laaggeletterden.

Laaggeletterdheid in Nederland

Er bestaan veel verschillende definities en interpretaties van laaggeletterdheid. In Nederland wordt gebruik gemaakt van zowel een internationale als een nationale standaard. De internationale standaard^a definieert laaggeletterdheid als het ontbreken van de taal- en rekenvaardigheden die noodzakelijk zijn voor het begrijpen, analyseren en gebruiken van informatie die we in het dagelijks leven en op het werk tegenkomen. Volgens deze standaard is 12 procent van de potentiële beroepsbevolking in Nederland (mensen tussen de 16 en de 65 jaar) laaggeletterd. Dit zijn 1,3 miljoen mensen. Deze gegevens zijn gebaseerd op het internationale PIAAC-onderzoek uit 2013.¹

Volgens de nationale standaard is iemand laaggeletterd als zijn of haar taalniveau lager is dan het eindniveau van taal en rekenen voor vmbo, mbo entree en mbo 2 en 3. Het gaat hierbij dus om mensen die in veruit de meeste gevallen wel kunnen lezen en schrijven, maar onvoldoende om mee te kunnen doen in het dagelijks leven en op het werk. Analfabeten – mensen die helemaal niet kunnen lezen en schrijven – maken maar een klein deel uit van deze groep. Hoe groot het aantal analfabeten in Nederland is, is niet precies bekend. Schattingen gaan uit van ca. 2% van de volwassenen.²

Een tweede verschil tussen de verschillende definities die gehanteerd worden, heeft betrekking op de criteria. Voor het vaststellen van geletterdheid kun je uitgaan van

^a Het niveau van geletterdheid wordt hierbij gemeten met een toets (SER, 2019)

taalvaardigheid, taal- en rekenvaardigheid, of taal-, reken- en digitale vaardigheid. Mensen met een lage rekenvaardigheid worden ook wel ‘laaggecijferd’ genoemd.

De Algemene Rekenkamer (2016) kwam met de data uit het eerdergenoemde PIAAC-onderzoek uit op 2,5 miljoen laaggeletterden in Nederland. In dit aantal zijn ook de laaggecijferden meegenomen. Niet iedereen in deze groep heeft dus moeite met taal. Verder is de groep waar de berekening betrekking op heeft bij de Algemene Rekenkamer groter: zij rekenen ook de 65-plussers mee.

Laaggeletterdheid komt vaker voor onder 55-plussers, volwassenen zonder startkwalificatie^b en volwassenen met een migratieachtergrond.³ Het grootste deel van de laaggeletterden (65%) is autochtoon². Het grootste deel van de laaggeletterden (56%) heeft betaald werk. Ze hebben gemiddeld een lager inkomen dan mensen die niet laaggeletterd zijn en ze zijn drie keer vaker afhankelijk van een uitkering dan niet-laaggeletterden. Laaggeletterdheid komt vooral voor onder schoonmakers (40%), hulpkrachten in de bouw en industrie (37%), productiemachinebedieners (37%), hulpkrachten in de landbouw (34%) en keukenhulpen (27%), maar is zeker niet tot deze beroepen beperkt (SER, 2017).

Gevolgen van laaggeletterdheid in het algemeen

Vaak gaat laaggeletterdheid samen met een laag abstractieniveau.⁴ Iemand met een laag abstractieniveau vindt het lastig om de stappen in een proces te begrijpen en verbanden te leggen. Hoofd- en bijzaken onderscheiden is voor hen vaak moeilijk, net als het benoemen en realiseren van eigen doelen. Zelfstandig kennis verkrijgen lukt vaak niet, zeker als het om een abstract onderwerp als bijvoorbeeld pensioen gaat.

Laaggeletterden kunnen hun problemen vaak goed verbergen. Zij weten lees- en schrijfsituaties vaak goed te vermijden. Veel laaggeletterden hebben daarbij last van schaamte en een laag zelfbeeld. Ze voelen zich afhankelijk van anderen en verbergen het feit dat dat ze iets niet begrijpen. Dit maakt hen ook onzeker.⁵ Het gebrek aan tekstbegrip levert veel stress op. Dit kan tot gevolg hebben dat laaggeletterden geen hulp (meer) durven te vragen.

Vaak wordt gedacht dat mensen in deze groep een beroep kunnen doen op familieleden en kennissen, bijvoorbeeld voor het invullen van formulieren. Maar juist laaggeletterden geven aan minder contact te hebben met familieleden, vrienden, kennissen, burens en mensen uit hun woonplaats. Wie goed kan lezen en ‘de regels’ begrijpt, zal eerder gebruik maken van hulp op uiteenlopende gebieden. Daarnaast zal iemand die goed kan lezen eerder informatie kunnen filteren en zelf kunnen nagaan of iets klopt. Mensen die niet gewend zijn om informatie op te zoeken en kritisch te zijn ten aanzien van bronnen, zijn vatbaarder voor misverstanden en verkeerde keuzes. Zij hebben moeite met het doorgronden van keuzes en het maken van passende keuzes.

^b Een startkwalificatie is een diploma havo, vwo, mbo niveau 2 of hoger.

Ook wordt steeds duidelijker dat een deel van de laaggeletterden zelf niet doorheeft dat het laaggeletterd is. Dit blijkt onder andere uit een onderzoek van Stichting Lezen & Schrijven (2017).

Laaggeletterdheid en financiële zelfredzaamheid

Als het gaat om beheer van hun financiën lopen laaggeletterden tegen veel problemen aan. Zo hebben zij moeite met brieven lezen, formulieren invullen, rekeningen begrijpen, toeslagen aanvragen, een overzicht van inkomsten en uitgaven te houden en administratie bijhouden. Men mist vaardigheden die nodig zijn om informatie te vinden, te begrijpen en te gebruiken. Deze basisvaardigheden zijn essentieel om zelfredzaam te zijn en een stabiele financiële situatie te krijgen en te houden. Als men hulp vraagt, heeft dat niet altijd het gewenste effect. Veel laaggeletterden ervaren ook in telefonisch contact met instanties onbegrip voor het feit dat ze moeite hebben om brieven en formulieren te snappen. Daarnaast geven ze aan dat het steeds opnieuw uitleggen van hun situatie aan verschillende mensen van verschillende instanties veel energie en tijd kost.

Over het algemeen hebben laaggeletterden het gevoel dat er door instanties (te) veel van hen verwacht wordt. Zij ervaren dat als een probleem en een hindernis bij het oplossen van financiële problemen. Er wordt in hun beleving te weinig rekening gehouden met hun vaardigheden en beperkingen.⁵ Dit blijkt ook uit een onderzoek dat de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) in 2016 deed. Daarin stelde zij de Raad dat er op het gebied van taal- en rekenvaardigheden heel veel wordt gevraagd van mensen met (dreigende) problematische schulden.

Een aantal praktische gevolgen van laaggeletterdheid als het om pensioen gaat:

Tijdens de periode dat zij opbouwen:

- Mensen kijken niet hoeveel pensioen zij hebben opgebouwd
- Mensen zoeken geen informatie over hun pensioen op als zij bijvoorbeeld gaan scheiden
- Mensen melden hun partner niet aan als zij samenwonen

Tegen de tijd dat zij het pensioen in kunnen laten gaan:

- Mensen oriënteren zich niet op de mogelijkheden die zij hebben en maken als gevolg daarvan geen gebruik van de keuzemogelijkheden
- Mensen vragen hun pensioen niet of pas laat aan

Nabestaanden:

- Nabestaanden vragen het nabestaandenpensioen niet of pas laat aan

Het overgrote deel van de communicatie door pensioenuitvoerders is talig (via post of e-mail). Eén of meer negatieve ervaringen met lezen kunnen ervoor zorgen dat iemand niet meer bereid is om zich te verdiepen in het pensioen.

Obstakels die we moeten overwinnen met eenvoudige taal

Basale kennis van en interesse voor pensioen is beperkt

De gemiddelde Nederlander heeft weinig basiskennis van pensioen. Vaak weet iemand wel dát er iets geregeld op het gebied van pensioen, maar niet wat. Bij laaggeletterden zorgt een laag abstractievermogen ervoor dat het hele onderwerp pensioen moeilijk te begrijpen is, ook in eenvoudige taal. Het gaat om de (verre) toekomst, inschattingen en onzekerheden en uitkeringen waar voorwaarden aan verbonden zijn, zoals het partnerpensioen en de ‘premievrije opbouw’.

Sommige overtuigingen staan de effectiviteit van communicatie in de weg

Afgezien van het ontbreken van kennis, leven er dikwijls overtuigingen die het verkrijgen van kennis in de weg staan. Als een pensioenfonds of verzekeraar informatie geeft die strijdig is met het beeld dat iemand van pensioen heeft, is de kans groot dat de boodschap niet opgepakt wordt, of anders uitgelegd wordt. Beide auteurs hebben in 2020 meegekeken met interviews met een dwarsdoorsnede van mensen die op dat moment pensioen opbouwden. Jong en oud, meer of minder geletterd. Het was opvallend dat een tekst totaal anders geïnterpreteerd werd als de inhoud van de tekst niet strookte met wat men vooraf al dacht. Het kwam voor dat mensen delen van de tekst veranderden als ze in eigen woorden moesten vertellen wat ze zojuist gelezen hadden. Of ze gaven aan dat het niet waar kon zijn wat er stond. “Er staat hier dat [...], maar dat zou betekenen dat [...] en dat is niet zo.”

Beelden van pensioen en misverstanden die begrip van een tekst en/of een actieve houding in de weg staan:

- Pensioen gaat alleen over gepensioneerden.
- Ik heb geen pensioen. Voor mij is er niks.
- De laatste jaren bouw je het meeste op. Het zou dus dom zijn om te stoppen voor je AOW krijgt.
- Ik betaal voor de mensen die nu met pensioen zijn.
- Ik moet doorwerken tot ik AOW krijg.
- Het fonds is er niet voor mij, maar wil zoveel mogelijk geld verdienen.
- Ik krijg minder terug dan ik betaal voor mijn pensioen.

En overtuigingen die een actieve houding in de weg staan:

- Ik ga toch niet begrijpen wat het pensioenfonds mij probeert te vertellen.
- Misschien doe ik straks iets fout, maak ik een verkeerde keuze.
- Ik heb geen invloed op mijn pensioen.

De opsomming in het kader is verre van volledig. Het gedrag van deelnemers in het algemeen en laaggeletterden die niet reageren op een uiting in het bijzonder wordt

soms opgevat als 'ongeïnteresseerd' of 'laks'. Vaak spelen echter beelden van pensioen of het pensioenfonds en overtuigingen zoals hiervoor beschreven een belangrijke rol.

Bij het opstellen van teksten over pensioen, is het van belang rekening te houden met de beelden en overtuigingen die leven bij de lezer. Bij de stappen die verderop in dit document beschreven staan, gaan we hier verder op in.

Waardoor zijn teksten over pensioen moeilijker dan nodig?

In dit document gaan we uitgebreid in op wat een tekst moeilijk leesbaar maakt en hoe je communicatie kunt vereenvoudigen. Een opvallend gegeven is dat al jaren het standpunt breed gedeeld wordt dat 'we' als pensioensector eenvoudiger moeten schrijven en het belangrijk is zó te schrijven dat een brede doelgroep de communicatie kan begrijpen. Een interessante vraag is waarom teksten vaak nog steeds (te) moeilijk zijn. We geven hieronder een aantal oorzaken voor 'moeilijk schrijven'. Ook geven we per oorzaak een aantal praktische tips om deze oorzaak weg te nemen.

Oorzaak 1: De schrijver zit in een eigen taalbubbel.

De schrijver ziet de taal die hij of zij zelf gebruikt (en die collega's gebruiken) als normaal. De schrijver vindt het moeilijk zich te verplaatsen in de lezer en kan zich niet voorstellen dat de lezer de formuleringen, termen en uitdrukkingen waar hij of zij zelf vertrouwd mee is niet begrijpt of er bepaalde (mogelijk verkeerde) associaties bij heeft.

Tip: Laat de tekst door iemand anders lezen – bij voorkeur iemand die niet zo vertrouwd is met het onderwerp - en vraag terug te koppelen wat er staat. Toets of alles duidelijk is. Het is daarbij belangrijk om de brief niet uit te leggen of tussentijds een toelichting te geven. Luister en leer.

Oorzaak 2: De schrijver heeft het idee dat simpele taal niet serieus is.

Traditioneel zijn belangrijke teksten in gewichtige taal geschreven. De schrijver gebruikt 'zware' taal om een tekst een officieel of serieus karakter te geven. De schrijver vindt dat een tekst (of hijzelf) niet meer serieus genomen wordt als de tekst op eenvoudige wijze wordt herschreven.

Tip: Meer en meer wordt duidelijk dat helder schrijven niet hetzelfde is als kinderachtig of vrijblijvend schrijven. Ook de overheid werkt aan duidelijke teksten. Bekijk de volgende website eens: <https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/taal-van-de-rijksoverheid>.

Oorzaak 3: De invloed van juristen. "Better safe than sorry".

Juristen zitten doorgaans ook in een eigen taalbubbel en zijn vertrouwd met bepaalde formuleringen. Met deze formuleringen willen zij bepaalde risico's afvangen of zaken en situaties nauwkeurig beschrijven. Veel juristen beschrijven iets liever gedetailleerder dan nodig, dan te eenvoudig.

Tip: Vraag een jurist geen akkoord op een tekst, maar zoek uit waar de juridische zorg zit. Vervolgens kun je gezamenlijk op zoek naar een formulering waarin deze zorg wordt ondervangen.

Oorzaak 4: Gebrek aan taalvaardigheden en kennis van de materie.

Om eenvoudig te kunnen schrijven moet je zowel taalvaardig zijn als de inhoud goed kennen. Het is eenvoudiger vaag te schrijven, dan precies het juiste punt te maken.

Tip: Ga niet schrijven voordat het onderwerp helemaal duidelijk is. Wat is de achtergrond? Welke misverstanden leven er? Hoe praat de lezer er zelf over? Gebruik die informatie om de tekst zo goed mogelijk aan te laten sluiten op het kennisniveau van lezers. Bijvoorbeeld door veelvoorkomende vragen in de tekst te beantwoorden en door in te spelen op gevoelens die de lezers hebben.

Oorzaak 5: Angst om concreet te zijn (en daarop afgerekend te worden).

De schrijver vindt (bewust of onbewust) dat wollige taal veiliger is dan concrete zinnen. De schrijver geeft daarom de voorkeur aan de lijdende vorm boven actieve zinnen met een partij die handelt of besluit. “Nog niet bekend is wanneer ...” in plaats van “We weten nog niet wanneer ...”. Om dezelfde reden blijven definities van begrippen soms vaag.

Tip: Schrijf concreet en in de actieve vorm. Juist doordat de afzender daardoor verantwoordelijker wordt gehouden voor de tekst, wordt de boodschap veel duidelijker voor de lezer.

Oorzaak 6: Gebrek aan tijd en capaciteit.

De schrijver staat ervoor open om teksten aan te passen, maar krijgt het niet voor elkaar. Het aanpassen van teksten en/of het (laten) schrijven van heldere teksten kost tijd/capaciteit die er in de eigen organisatie niet is. Daarnaast is er geen urgentie: de teksten die ooit geschreven zijn, zijn gewoon in gebruik.

Tip: Organiseer het (her)schrijven als een project. Werk met (externe) tekstschrijvers en zorg voor een goede briefing. Ook is het belangrijk om het duidelijk op papier zetten van een boodschap niet als ‘laatste stap’ in het proces te zien.

Naast de manier waarop een tekst geschreven is, kunnen ook de volgende twee zaken een communicatieve uiting moeilijker maken dan nodig:

Oorzaak 7: De inhoud sluit niet aan wat de lezer verwacht of graag wil weten

De inhoud van een tekst is niet altijd relevant voor de lezer. Dit komt enerzijds doordat een tekst elementen kan bevatten die niet van toepassing zijn voor de lezer. Anderzijds kan een tekst niet relevant zijn doordat de lezer de tekst op een ongeschikt moment onder ogen krijgt. Denk aan de situatie waarin een bezoeker van

een website op zoek is naar onderwerp A en geconfronteerd wordt met onderwerp B. De lezer zal de informatie over onderwerp B dan minder goed begrijpen en onthouden dan informatie waarin de lezer op dat moment daadwerkelijk geïnteresseerd is. Ons mentale raamwerk biedt op zo'n moment eigenlijk geen ruimte voor de nieuwe informatie, zodat die nauwelijks beklijft.

Informatie beklijft het beste als we beseffen dat iets ontbreekt in ons raamwerk en we dat raamwerk met de informatie completer kunnen maken. Oftewel: als een tekst antwoord geeft op onze eigen vraag. Die vraag kan meer of minder expliciet zijn ('hé, dat had ik altijd al willen weten!').

In de praktijk is een tekst vaak langer dan nodig door de wens om compleet en juridisch juist te zijn. Daarnaast zijn teksten lang niet altijd gepersonaliseerd, maar bijvoorbeeld opgesteld vanuit een standaard: een brief moet bijvoorbeeld alle informatie bevatten voor een grote groep mensen met uiteenlopende kenmerken. Deze manier van communiceren draagt eraan bij dat men pensioen ziet als 'moeilijk' en 'niet voor mij'.

Oorzaak 8: Processen zijn ingericht vanuit de eigen organisatie

Als er interactie gevraagd wordt, zijn de stappen die men moet zetten vaak uitgedacht vanuit de eigen administratie. Men krijgt formulieren opgestuurd die voor een bepaalde datum weer teruggestuurd moeten worden. Men moet pensioenummers invullen en keuzes maken. We schrijven een deelnemer aan dat het pensioen in kan gaan en daarna moet deze deelnemer zelf het pensioen aanvragen. Dit kan heel onlogisch overkomen. Bedenk ook dat veel mensen het gevoel hebben dat zij het vervolgens fout kunnen doen ('ze wijzen dan misschien mijn aanvraag af').

Van elke lezer wordt verwacht dat hij of zij begrijpt wat er verwacht wordt en in staat is elke stap te doorlopen. Gelukkig maken meer en meer uitvoerders momenteel de draai naar communicatie die is opgezet vanuit de deelnemer. Ook voor laaggeletterden is dat een belangrijke stap.

Taalniveaus

Vaak wordt gezegd dat we op 'B1' niveau moeten schrijven. Dit niveau zou staan voor 'gewone taal'. B1 is één van de taalniveaus in het Europees referentiekader voor talen. B1 geeft daarbij niet het niveau van een tekst aan, maar van een persoon. Het gaat om de vaardigheid van iemand om mondeling en schriftelijk met een ander te communiceren in een Europese taal, die niet de moedertaal is.

Er is nog geen onderzoek gedaan naar kenmerken van teksten die begrepen worden door mensen met een bepaald taalniveau. Het is daarom moeilijk om alleen op basis van de woorden in een tekst op een kwantitatieve manier te bepalen door wie en hoe goed lezers deze tekst begrijpen. Daarentegen is wel uitgebreid onderzoek gedaan naar welke kenmerken een tekst begrijpelijker en beter leesbaar maken. Deze kenmerken beschrijven we in dit document.

2. De groep laaggeletterden groeit

Verschillende factoren zorgen ervoor dat de groep laaggeletterden groeit. Meer en meer (pensioen)organisaties krijgen te maken met het feit dat een substantieel deel van hun doelgroep moeite heeft met het begrijpen van hun uitingen. Zij merken bijvoorbeeld dat een groeiende groep mensen niet reageert op post of e-mail of onlogische keuzes maakt. Hoe komt het dat de groep laaggeletterden groeit?

Veel jongeren lezen niet meer

Het aantal jongeren dat het risico loopt om laaggeletterd te worden of al laaggeletterd is, is de afgelopen jaren fors toegenomen. In 2020 was een kwart van de jongeren niet in staat om een brief van de gemeente te lezen of om de ondertiteling van een film te volgen. Deze groep is ook niet in staat om de hoofdgedachte uit een tekst te halen. Leesproblemen lijken op bijna alle niveaus in het onderwijs te spelen.⁶

Wie niet of weinig leest, verliest zijn vaardigheid

De leesvaardigheid van iemand die weinig of niet leest, gaat geleidelijk achteruit. Een bekend en veel onderzocht verschijnsel is dat de leesvaardigheid van zwakke leerlingen in de zomervakantie wegsijpelt. Het effect van langdurig niet lezen is ook te zien bij mensen die voor hun werk niet hoeven te lezen of schrijven. Zij verleren het lezen en schrijven, terwijl zij vaak leesvaardig waren toen ze school verlieten. In de statistieken is te zien dat de groep laaggeletterde senioren sterk groeit. Dit is de groep die het moeilijk vindt om zelfstandig pensioen aan te vragen.

3. Hoe kunnen we eenvoudig schrijven en laaggeletterden in het bijzonder helpen?

Waar pensioen voor de gemiddeld geletterde persoon al complex en moeilijk te begrijpen is, geldt dit in nog veel sterkere mate voor laaggeletterden en laaggecijferden. De vraag is op welke manieren de pensioensector eenvoudig kan schrijven. In het bijzonder speelt de vraag hoe de pensioensector laaggeletterden kan helpen hun financiële situatie beter te begrijpen en zo nodig actie te ondernemen. We bespreken een aantal aandachtspunten die een rol spelen bij het helder en begrijpelijk maken van communicatie over pensioen. De meeste aanbevelingen zijn bruikbaar voor alle communicatie in het algemeen. Waar het specifiek een aanbeveling is voor laaggeletterden, geven we dit aan.

Stap 1: Bepaal het doel van een uiting

De eerste stap is te bepalen wat je wilt bereiken met een uiting. Hoe preciezer je het doel formuleert, hoe duidelijker is aan welke voorwaarden een tekst moet voldoen. Die doelen moeten daarnaast meetbaar zijn, zodat je kunt toetsen of ze behaald worden en zo nodig kunt bijsturen. Doorgaans zijn uitingen in de pensioensector gericht op het informeren van de lezer. Bedenk dat het overbrengen van kennis erg moeilijk is. Is meer kennis het uiteindelijke doel? Of speelt er wellicht iets anders? Vaak is er een achterliggend doel. Denk aan het vormen van een beeld van de eigen financiële situatie na pensioen. Of het maken van een afspraak met een medewerker van het pensioenfonds. Vaak is niet kennis, maar gedrag het uiteindelijke doel. Het helpt om het doel van een uiting expliciet in de uiting te zetten, zo weet ook de ontvanger wat de bedoeling is.

Stap 2: Breng de context in kaart

Bedenk wat de situatie is waarin de doelgroep de uiting bekijkt of leest.

- Zijn er al uitingen aan vooraf gegaan?
- Speelt er iets in de persoonlijke situatie wat de aanleiding is voor de uiting?
- Ligt het onderwerp gevoelig of kan het een gevoelige snaar raken?
- Hoe komt de doelgroep met de uiting in aanraking? Is dit op initiatief van de lezer? Naar aanleiding van een gebeurtenis of mutatie? Of op initiatief van het fonds? Een lezer zal naar verwachting meer moeite doen om een tekst te begrijpen wanneer hij of zij zelf het initiatief heeft genomen dan wanneer het een contactmoment is op initiatief van het fonds.
- Is het in te schatten wat de ontvanger al weet en denkt over het onderwerp? En hoe de ontvanger de uiting kan of zal interpreteren?

Dit laatste punt kan niet genoeg onderstreept worden. Het beeld dat een lezer heeft van het onderwerp, is vaak bepalend voor hoe hij of zij de uiting leest. Een tekst die uiterst helder geschreven is, kan 180 graden anders opgevat worden als de lezer een heel ander idee heeft over het onderwerp. Ook mensen die weinig van pensioen weten, hebben (juist) veel beelden (associaties, overtuigingen) bij pensioen. Dat eigen

beeld bepaalt wat men wel of niet relevant vindt, wat men gelooft of niet en welke interpretatie men aan de woorden geeft.

Tijdens verschillende onderzoeken in 2020 naar de reactie op teksten over de nieuwe regels voor pensioen, zagen we hoe sterk bestaande beelden het lezen van een tekst over de nieuwe regels beïnvloedden.

Van belang is dus in kaart te brengen wat de wat de associaties zijn bij het onderwerp en welke beelden er leven. Bij het schrijven van de tekst kan de auteur hier rekening mee houden en deze beelden wellicht expliciet benoemen. Doe je dat niet, dan ontstaat er snel een kloof tussen dat wat de lezer denkt te lezen en dat wat de schrijver voor ogen heeft.

Bedenk tot slot ook wat er kan gebeuren als iemand de uiting niet begrijpt. Zijn er processen die afhankelijk zijn van de reactie van de lezer? Kan de lezer een keuze maken die onomkeerbaar is en niet passend bij de persoon?

Stap 3: Kies je kanaal zorgvuldig

Mensen die laaggeletterd zijn, gaan zelf vaak niet actief op zoek naar informatie. Je zult als organisatie de boodschap dus zelf moeten brengen naar degene die je wilt bereiken.

Let op bij laaggeletterden:

Het is belangrijk om te beseffen dat niet alle uitingen geschikt gemaakt kunnen worden voor mensen die functioneel analfabeet en/of laaggecijferd zijn. We geven een overzicht van de meest voor de hand liggende kanalen en de overwegingen die je daarbij kunt maken.

Websites en/of digitale tools

Digitale dienstverlening is hard op weg om de nieuwe standaard te worden. Voor laaggeletterden hoeft dat geen slecht nieuws te zijn. Opvallend is namelijk dat laaggeletterden niet per definitie ook digibeet zijn. De meerderheid beschikt over een computer en heeft internet. Zij kunnen dus overweg met internet, maar vermijden langere en moeilijke teksten. Wat opvalt uit onderzoek is dat bezoekers teksten niet lezen of wegklicken als de tekst er moeilijk leesbaar uitziet, ongeacht hoe eenvoudig de tekst geschreven is of hoe belangrijk de informatie op de pagina is.

Waar moet je op letten als je kiest voor een website of digitale tool als kanaal voor je boodschap?

1. Wil je dat een website of tool te gebruiken is door laaggeletterden? Zet het ontwerp dan niet vanuit tekst op, maar vanuit **vorm en beeld**. Houd bijvoorbeeld rekening met de 'vouw'. De 'vouw' is de plek tot waar bezoekers van een website de webpagina in één keer kunnen zien, zonder te scrollen. Zet de belangrijkste informatie boven de vouw, ook op mobiele websites. Zo zorg je ervoor dat de bezoekers van een pagina niet hoeven te scrollen om

informatie (of de oproep tot gedrag) te zien. Staat er informatie onder de vouw op een pagina? Zorg er dan voor dat duidelijk is dat de tekst doorloopt. Denk hierbij aan een ontwerp voor verschillende apparaten (mobiele telefoon, tablet en PC).

2. Zorg ervoor dat **alle teksten** die in de tool of op de site staan **eenvoudig en duidelijk** zijn.
3. Ga er bij zowel de inhoud als bij de indeling van de website vanuit dat de bezoeker **geen voorkennis** heeft. Geef niet direct uitleg op detailniveau, maar beperk de uitleg tot het hoogstnoodzakelijke. Een meer gedetailleerde uitleg kun je eventueel in een tweede laag geven. Hoe belangrijk dat is, beschrijft onder andere John Sweller. Hij stelt dat alle informatie die je voor de eerste keer verwerkt een groot beroep doet op je werkgeheugen.⁷ Dat geldt voor het lezen en begrijpen van nieuwe informatie, maar ook voor het uitvoeren van een taak. De capaciteit van je werkgeheugen is heel beperkt. Pas als je iets vaker ziet of gedaan hebt, sla je het op in je lange termijn geheugen, dat veel groter is. Zorg er dus dat je nooit te veel nieuwe informatie geeft of iemand moet nadenken over hoe hij of zij de taak moet uitvoeren. Alleen dan is de kans groot dat iemand de boodschap begrijpt of de taak kan uitvoeren en afmaken.
4. Plaats bij instructies of een uitleg verduidelijkende **afbeeldingen**. Toon bijvoorbeeld vooraf hoe het scherm eruitziet na inloggen of laat zien waar iemand iets kan downloaden.
5. Maak informatie vindbaar met een zoekveld. Werk met een **slimme zoekmachine**. Een slimme zoekmachine kijkt niet alleen naar de ingevoerde woorden, maar naar de zoekvraag. Hij toont ook resultaten die niet letterlijk de zoekwoorden bevatten, maar wel aansluiten bij dat wat de gebruiker wil weten. Een onderwerp moet dus vindbaar zijn met meerdere termen, ook termen die misschien niet gangbaar zijn in de formele uitingen, maar wel 'op straat'. Overweeg om veelgemaakte spelfouten op te nemen in de zoekmachine en deze tot de juiste zoekresultaten te laten leiden.
6. Biedt de site interactie? Zorg er dan voor dat de **helpfunctie** altijd goed vindbaar of prominent aanwezig is. Zorg er ook voor dat de helpfunctie op consistente wijze aangeboden wordt.
7. Bied eventueel een **voorleesfunctie** aan.
8. Mensen die de website voor de eerste keer gebruiken, weten vaak niet wat zij kunnen verwachten en kunnen opzien tegen de stappen die zij moeten doorlopen. **Korte video's**, die continu afspelen helpen de drempel te verlagen voor nieuwe gebruikers.⁸
9. Laaggeletterden blijken veel steun te hebben aan **ondersteuning in de vorm van geluid**. Audio-instructies kunnen helpen bij het gebruiken van tools of andere functionaliteiten van een website. Dit kan gaan om instructies of uitleg vooraf, maar ook om gesproken terugkoppeling achteraf (na het uitvoeren van een handeling). De combinatie van goed ontwerp en audio blijkt ervoor te zorgen dat ook laaggeletterden of zelfs ongeletterden een website kunnen gebruiken.⁹

10. Beperk het aantal hyperlinks. Veel laaggeletterde websitebezoekers hebben eerder de neiging om op opvallende links te klikken, dan om de inhoud van een pagina te lezen. Door het aantal hyperlinks beperkt te houden, kun je voorkomen dat bezoekers te snel van link naar link springen.

- Gebruik en plaats hyperlinks als ‘exit points’. Zet ze alleen op plekken waar je echt wilt dat mensen je pagina verlaten en welbewust naar een andere pagina gaan.
- Gebruik links vooral om door te verwijzen naar verdiepende informatie en tools waarmee mensen aan de slag kunnen. Vermijd links over andere onderwerpen.
- Geef de hyperlinks een duidelijke omschrijving, zodat mensen precies weten waar ze naartoe gaan. Geef het expliciet aan als ze terechtkomen bij bijvoorbeeld een word-, powerpoint- of pdf-document.
- Gebruik werkwoorden in een link (dus niet: ‘planner’, maar ‘maak een plan’)
- Vermijd algemene beschrijvingen (klik hier, lees meer, print)

Assisted digital

Een strategische vraag is of je ‘papier’ en ‘online’ naast elkaar blijft aanbieden of digitale communicatie de standaard maakt. Organisaties die kiezen voor digitale dienstverlening als standaard, kunnen werken met een aanpak die bekend staat als *assisted digital*. Dit is een combinatie van digitale dienstverlening met niet-digitale ondersteuning. Die ondersteuning is erop gericht om mensen gebruik kunnen laten maken van de digitale dienstverlening. Deze strategie wordt bijvoorbeeld ingezet door de Britse overheid.^c Zij schat dat zo’n 10% van de Britten geen basale digitale vaardigheden ontwikkelt en dat ongeveer 20% hulp nodig heeft.

Stichting Lezen en Schrijven schetst een vergelijkbaar beeld in Nederland.^d Met een *assisted digital*-benadering kunnen deze groepen persoonlijke hulp of uitleg krijgen. Als mensen bijvoorbeeld niet in staat zijn om zelf een aantal stappen te lezen of doorlopen, kan een assistent uit naam van de burger een formulier invullen. De verwachting is dat degenen die geholpen zijn, een volgende keer vaker zelfredzaam zijn. Men heeft gezien hoe het werkt en voelt zich serieus genomen. Een belangrijke succesfactor van deze benadering is dat degene die geholpen wordt, zelf ‘meedoet’. Om online communicatie en dienstverlening toegankelijk te maken voor laaggeletterden worden zij betrokken bij de ontwikkeling ervan.

Web Content Accessibility Guidelines

De toegankelijkheid van websites kan worden getoetst aan de hand van Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). Dit zijn een verzameling richtlijnen, die erop gericht

^c Meer over de Engelse aanpak is te vinden op : <https://www.gov.uk/service-manual/helping-people-to-use-your-service/assisted-digital-support-introduction>

^d <https://www.lezenenschrijven.nl/uploads/editor/ecbo.15-217-Laaggeletterden-achterblijvers-in-de-digitale-wereld-web.pdf>

zijn de toegankelijkheid van website voor mensen met een beperking te vergroten. De WCAG richt zich onder andere op laaggeletterden. Een andere belangrijke doelgroep zijn mensen met een visuele beperking. Op de website www.wcag.nl kun je een URL ingeven, waarna je direct een oordeel krijgt over de toegankelijkheid van deze website.

Digitale formulieren

Veel laaggeletterden zien op tegen het invullen van formulieren. Soms is voor hen niet duidelijk wat de bedoeling is, of verschijnt een foutmelding, terwijl niet duidelijk is wat er fout gaat. De volgende punten kunnen laaggeletterden helpen bij het invullen van online formulieren:

- Zet in een digitaal formulier duidelijke aanwijzingen. Geef bijvoorbeeld in elk invulveld aan wat ingevuld moet worden [Uw achternaam].
- Geef duidelijk aan wat nog mist als iemand een incompleet formulier op wil sturen.
- Een veld kan een kleur krijgen (bijvoorbeeld groen), als het is ingevuld.
- Het formulier kan gebruik maken van 'tags'. Dit zijn voorgestelde teksten die verschijnen als je in een invulveld een paar letters typt. Met tags kun je een gebruiker ook door een formulier heen loodsen. [vul nu ... in]
- Vul velden zoveel mogelijk automatisch in. Dat kan bijvoorbeeld als iemand een postcode en een huisnummer invult. De straatnaam kan vervolgens automatisch ingevuld worden.
- Maak de instructies of de benaming van invulvelden zo eenvoudig mogelijk. Soms is een korte omschrijving duidelijker dan een zelfstandig naamwoord. Vermijd bijvoorbeeld termen als 'ingangsdatum' en 'loonheffingskorting' + ja/nee.

Brieven

Veel laaggeletterden ontwikkelen een angst voor formele brieven. Vaak is deze angst gebaseerd op eerdere slechte ervaringen met brieven van de afzender. Wil je de groep laaggeletterden bereiken met een brief, dan kun je overwegen om de brief en de envelop een opvallend en aantrekkelijk uiterlijk te geven of de brief vooraf aan te kondigen. Dat laatste kan bijvoorbeeld door eerst een kaart te sturen of door via de werkgever te laten weten dat de brief eraan komt.

Enkele algemene tips voor brieven zijn:

- Wees kort, duidelijk en concreet. Brieven zijn vaak te lang. De essentie van een brief kun je vaak in enkele zinnen vangen
- Geef duidelijk aan wat je vraagt aan de lezer
- Kies geen slogans met een uitdrukking. Gebruik taal die ondubbelzinnig is.
- Lees de brief bij het schrijven vanuit het perspectief van de ontvanger (of schakel een testpanel van laaggeletterden in). Zijn er zaken die de lezer onzeker kunnen maken? Kunnen bepaalde zinnen argwaan oproepen? Bedenk vervolgens hoe je deze zinnen anders kunt formuleren of denk nog een keer na over de centrale boodschap in de brief.

Beeldbrieven

Een beeldbrief is een brief waarin beeld de inhoud ondersteunt. De brief zelf is opgesteld in (zeer) eenvoudige taal. Het beeld is realistisch en illustreert wat de lezer moet doen of bijvoorbeeld moet meenemen.

De gemeente Rotterdam heeft bijvoorbeeld de volgende beeldbrief getest:



Gemeente Rotterdam

Postadres: Postbus 70012
3000 KR Rotterdam
Website: Rotterdam.nl
Datum: 10 mei 2017

H.J. van Dalen
2^e IJzerstraat 2
3024CX Rotterdam

Vernieuw uw paspoort

Beste H.J. van Dalen,

Uw paspoort is vanaf 7 november 2017 niet meer geldig. Vraag daarom op tijd een nieuw paspoort of identiteitskaart aan. Nog geen 18 jaar? Kijk dan eerst op Rotterdam.nl/paspoort of bel naar 14 010 hoe u de aanvraag moet doen.

Maak een afspraak bij één van onze stadswinkels

	Via de website Ga naar Rotterdam.nl/paspoort		Per telefoon Bel naar 14 010 om een afspraak te maken.
---	---	---	--

Meenemen naar de afspraak

		
Pasfoto Laat deze bij een fotograaf maken. U heeft één pasfoto nodig.	Pinpas Bij de meeste stadswinkels kunt u alleen met uw pinpas betalen.	Uw huidige paspoort Heeft u een paspoort én een identiteitskaart? Neem deze allebei mee.

Na aanvraag ligt uw nieuwe identiteitsbewijs na ongeveer vijf werkdagen voor u klaar. Heeft u nog vragen? Ga naar Rotterdam.nl/paspoort of bel naar 14 010.

Met vriendelijke groet,
A.M.C. de Rotte
Directeur Publiekszaken

Bij beeldbrieven is het belangrijk dat het om een concrete actie gaat. Je zou een beeldbrief kunnen gebruiken voor:

- Een afspraak met een pensioenconsulent (wat neem je mee? Hoe maak je de verbinding als je gaat videobellen?)
- Inloggen op een portaal
- Het doorgeven van een keuze

Lessen uit onderzoek met betrekking tot beeldbrieven zijn:

- Gebruik kleurenfoto's
- Gebruik foto die uitsluitend het onderwerp afbeelden
- Toon personen in een open houding. Laat ze niet recht de camera inkijken als ze iets doen of demonstreren
- Gebruik professionele foto's
- Maak omgeving van het onderwerp in de foto wit (maak het beeld vrijstaand)
- Toon voorwerpen plat (als een icoon)
- Is er weinig contrast: plaats een lijn om het voorwerp.
- Voorkom dat er merken of persoonsgegevens te zien zijn op de foto
- Test de brief en de beelden in de brief. Werk met meerdere versies.

De aanpak van de gemeente Rotterdam staat beschreven in het document ['Beeldbrieven. Zo werkt het'](#).

Ook is een online beeldbank opgezet voor beelden in beeldbrieven:

<https://beeldbank.gebruikercentraal.nl/home-beeldbank/wat-is-een-beeldbrief/>

E-mail

Uit onderzoek blijkt dat ruim 90% van de laaggeletterden gebruik maakt van e-mail.¹⁰ Dit is een vorm van communicatie die vrijwel alle financiële dienstverleners gebruiken. Wat voor laaggeletterden echter een obstakel kan zijn, is de 'getrapte communicatie'. Denk bijvoorbeeld aan notificaties, die de ontvanger erop attenderen dat er een bericht klaar staat in de MijnOmgeving. Als de lezer na het lezen van de notificatie in moet loggen om een brief te zien, is de kans groot dat hij of zij afhaakt. Om bij de brief te kunnen komen, zijn namelijk een aantal extra vaardigheden nodig: men moet kunnen inloggen (heeft de ontvanger DigiD?) en daarna de uiting kunnen vinden. Dat wordt extra moeilijk als de uitingen in het online dossier standaard namen hebben ('pensioeninformatie') of moeilijk te begrijpen namen ('bevestiging verevening').

Enkele algemene tips voor e-mail zijn:

- Maak de e-mail zo persoonlijk, concreet en kort mogelijk
- Werk je met notificaties? Zet dan een samenvatting van het online document in de notificatie. Vaak is het mogelijk ook zonder de persoonlijke gegevens een duidelijke samenvatting te maken.
- Beschrijf in de e-mail met de notificatie duidelijk hoe je bij het online document met de persoonlijke gegevens komt.
- Zorg ervoor dat het document in het dossier een duidelijke en begrijpelijke naam heeft en meld deze naam ook in de e-mail.
- Kies een naam die duidelijk is en onderscheidend is ten opzichte van de andere documenten die online staan.

Video's en animaties

Hoewel een instructie of een uitleg in een video geen beroep doet op de leesvaardigheid, blijken andere vaardigheden, waaronder het vermogen om abstracte zaken te kunnen begrijpen, belangrijk om een instructies of uitleg te volgen.¹¹ Vaak missen laaggeletterden deze vaardigheden. Maak een video of animatie daarom altijd zo concreet mogelijk en stel deze op vanuit het perspectief van de doelgroep. Laat bijvoorbeeld een deelnemer het verhaal vertellen. Laat zien wat hij of zij dacht, wat hij of zij deed en wat het opleverde. Zo kan de kijker zich identificeren met het verhaal en de boodschap.

Ook is het belangrijk aandacht te hebben voor de hoeveelheid informatie in een video of animatie. In video's komt vaak veel informatie voorbij in korte tijd. Voor laaggeletterden zijn slides of animaties vaak makkelijker te begrijpen. Maar ook bij animaties en slides kan het werkgeheugen flink belast worden als er verschillende 'brokken' informatie gegeven worden die iemand tijdens het kijken moet onthouden. Zorg er dus altijd voor dat datgene wat iemand moet onthouden om het verhaal te kunnen volgen in beeld blijft.

Infographics

Een infographic is een grafische weergave van data. Een infographic bevat doorgaans tekst, cijfers en beeld. Vaak is de opzet kleurrijk en is het beeld dominant. Een goede infographic heeft één duidelijk thema, dat zowel in de inhoud als in de vorm goed naar voren komt.

Een infographic kan helpen om complexe informatie op aantrekkelijke manier te presenteren. Voor laaggeletterden kan een infographic met een abstract thema echter snel te veel informatie bevatten. Bedenk ook dat een goede infographic maken veel tijd kost: zowel conceptueel als in de uitwerking.

Telefonische helpdesk

Voor veel laaggeletterden is contact via de telefoon een belangrijk kanaal. Het kan lastig zijn voor degene die de beller te woord staat te herkennen dat de ander laaggeletterd is. Doorgaans zal de beller zelf niet aangeven dat hij of zij moeite heeft een brief te lezen of er tegenop ziet een formulier in te vullen. Het is zaak alert te zijn op signalen die wijzen op lees- en schrijfproblemen. Vermoed je dat iemand laaggeletterd is? Vraag dan voorzichtig door. Houd er rekening mee dat laaggeletterden zich vaak schamen voor hun lees- en schrijfproblemen en deze liever verbergen. Veel laaggeletterden weten niet dat veel mensen dezelfde problemen hebben. Stel de persoon aan de andere kant van de lijn of zijn of haar gemak en vertel dat hij of zij niet de enige is. Maak ook duidelijk hoe je hem of haar gaat helpen.

De werkgever

Ook werkgevers vormen een belangrijk kanaal. Zij kunnen een rol vervullen bij het bespreekbaar maken van laaggeletterdheid en pensioen, zonder het te

problematiseren. Daarmee verlagen zij voor werknemers de drempel om iets aan hun pensioen te doen. Werkgevers kunnen ook helpen om de laaggeletterdheid zelf aan te pakken^e.

Eén van de manieren waarop werkgevers het onderwerp pensioen bespreekbaar kunnen maken, is door interactieve bijeenkomsten te organiseren. Het is belangrijk om de deelnemers aan die bijeenkomsten actief bij de informatie te betrekken en hen bijvoorbeeld vragen te laten beantwoorden. Dit helpt de informatie beter te onthouden. Een-op-een-gesprekken zijn ook een goede manier om werknemers te informeren. Daarbij kunnen werkgevers gebruik maken van de 'teach-back methode'. Deze methode houdt in dat je de gesprekspartner aanmoedigt om vragen te stellen. Ook vraag je de ander samen te vatten wat je zojuist hebt verteld. Degene die de informatie geeft, kan de vragen en reactie van degene tegenover hem of haar samenvatten en vragen of deze samenvatting klopt. Een werkgever kan tijdens de bijeenkomsten en gesprekken met eenvoudige visualisatie van de onderwerpen werken die hij of zij wil bespreken. Ook kunnen werkgevers medewerkers stimuleren om met elkaar over pensioen te praten.

Stap 4: Hanteer een passende toon en stijl

Als je een boodschap wilt overbrengen, is het altijd belangrijk om rekening te houden met de toon die je hanteert. De aanbevelingen in deze stap gelden in principe voor alle ontvangers. Bij laaggeletterden is het extra belangrijk de juiste toon te kiezen, omdat laaggeletterden nog eerder dan geoefende lezers afgeschrikt worden of zich niet aangesproken voelen als de toon niet goed is. Houd bij het bepalen van de toon in je communicatie daarom rekening met het volgende:

Wees zo persoonlijk mogelijk

Spreek de lezer rechtstreeks aan. Bestaat de doelgroep uit verschillende subdoelgroepen? Denk dan erover na om verschillende brieven te maken, zodat de tekst nog meer op maat is en de doelgroep beter bereikt. Denk na over de aanhef en de aanspreekvorm. Mogelijk is het gebruik van de voornaam en de jij-vorm meer gepast dan de achternaam en de u-vorm.

Niet: Volgende week sturen wij u een brief.

Wel: U krijgt volgende week een brief.

Wees concreet en duidelijk

Beperk de inhoud tot de kern van de boodschap. Is er belangrijke achtergrondinformatie die je kwijt wilt? Plaats die dan op de website en verwijst er in de brief naar. Geef duidelijk aan waar de extra informatie te vinden is. Lezers kunnen dan zelf bepalen of zij deze informatie belangrijk genoeg vinden om te lezen.

^e <https://www.lezenenschrijven.nl/nieuws/meer-aandacht-nodig-voor-laaggeletterdheid-op-de-werkvloer>

Moet de lezer iets doen? Formuleer de opdracht dan in de vorm van een vriendelijk commando ('Bel met ...'). Vermijd tot slot complexe of abstracte instructies. Hak dit soort instructies op in kleinere, eenvoudigere constructies.

Niet: Check uw pensioen.

Wel:

- Log in op www.pensioenfonds.nl met uw gebruikersnaam en wachtwoord.
- Klik op de link 'Uw pensioen'
- Bekijk hoeveel pensioen u kunt verwachten.

Bevat de zin een voorwaarde? Begin dan het antwoord op de vraag met een werkwoord. Zo wordt de instructie in de tekst extra duidelijk.

Niet: 'Als u dit jaar verhuisd bent, geef dan uw nieuwe adres aan ons door.'

Wel: 'Bent u dit jaar verhuisd? Geef dan uw nieuwe adres aan ons door.'

Motiveer de lezer, maar niet met motivational agents

Gemotiveerde lezers begrijpen een tekst beter. Daarom voegen instanties vaak zogenoemde *motivational agents* toe aan een tekst. Dit zijn fictieve personen die aangeven hoe belangrijk het is om een tekst te lezen of hoe eenvoudig het gevraagde gedrag is om uit te voeren. Uit verschillende onderzoeken¹² blijkt echter dat dergelijke motivational agents de lezer niet extra motiveren en deze agents niet leiden tot het gewenste gedrag. Vermoedelijk belast de extra tekst de lezer in plaats van dat het extra motivatie en begrip oplevert.

Korte motiverende teksten kunnen geen kwaad. Gebruik op gepaste plekken activerende teksten die de lezer aanspreken. Let er wel op dat de praktijk aansluit bij de tekst: als je vertelt dat het maken van een afspraak bijvoorbeeld eenvoudig is, dan moet dat ook zo zijn. Vermijd teksten die lezers demotiveren. Benadruk of benoem bijvoorbeeld niet de (voor)oordelen die leven over pensioen, zoals dat pensioen moeilijk of nog ver weg is.

Maak eens een pensioenplan!

Kijk wat er kan en maak een pensioenplan. Je zit nog nergens aan vast. Heb je een vraag over je plan? Dan kun je altijd contact opnemen met [...]

Stap 5: Pas je taalgebruik aan

Verschillende kenmerken maken een tekst moeilijk leesbaar. Een aantal van deze kenmerken blijken vaak voor te komen in teksten van pensioenfondsen en verzekeraars die 'moeilijk schrijven'.¹³ Moeilijk leesbare teksten over pensioen hebben vaker de volgende kenmerken in vergelijking met makkelijker leesbare teksten:

Op woordniveau:

- Gemiddeld hoog aantal letters per woord
- Veel samengestelde woorden
- Veel nominalisaties (het gebruik van een zelfstandig naamwoord in plaats van een werkwoord)
- Veel laagfrequente woorden en naar verhouding weinig hoogfrequente woorden. Hoogfrequente woorden zijn de woorden die het meest gebruikt worden in teksten, op televisie en in gesproken taal.

Op zinsniveau:

- Lange zinnen
- Lange zinsdelen

Op tekstniveau:

- Veel zinnen met de lijdende vorm
- Formuleringen die een verband aangeven (bijvoorbeeld 'dit is het resultaat van, als gevolg van')
- Weinig persoonlijke voornaamwoorden

Hoe abstracter een tekst is, hoe moeilijk iemand een tekst vindt. Lezers kunnen zich dan minder goed identificeren met het onderwerp. Ook vinden lezers het lastiger om vast te stellen wat nu precies de boodschap in de tekst is. Teksten worden als afstandelijk ervaren als ze weinig persoonlijk voornaamwoorden bevatten (u/jij/wij) en veel nominalisaties. Lezers vinden teksten met weinig nominalisaties minder vaag, minder formeel en minder ingewikkeld.¹⁴ Het loont direct om teksten te checken op deze kenmerken: de deelnemers bij pensioenuitvoerders die eenvoudiger schrijven en bovenstaande 'valkuilen' vermijden, waren actiever. Zij kijken vaker naar hun pensioen en vragen zich ook vaker af of het pensioen dat zij kunnen verwachten genoeg voor hen was, zo bleek uit onderzoek.¹³

Nog enkele andere tips om rekening mee te houden in je taalgebruik:

- Wees zo vriendelijk mogelijk en zorg ervoor dat je de lezer op zijn gemak stelt
- Gebruik zoveel mogelijk woorden die de lezer zelf ook zou gebruiken
- Vermijd abstracte termen
- Gebruik geen uitdrukkingen of gezegden
- Vermijd een kinderachtige of paternalistische toon
- Vermijd dubbele ontkenningen

Wees niet bang om bovenstaande tips ook toe te passen bij teksten voor mensen die goed kunnen lezen. Het is een misverstand dat hooggeletterden niet graag eenvoudig te begrijpen teksten lezen. Er is ook een verschil tussen eenvoudig schrijven en betuttelend schrijven. Dat laatste is te vermijden door niet voor de lezer te denken of gedachten in te vullen. Het invullen van gedachten gebeurt bijvoorbeeld in zinnen als:

- U denkt vast al eens na over uw pensioen.
- U vindt pensioen misschien moeilijk.
- Pensioen is misschien nog ver weg voor u, maar ...

Schrijf korte zinnen

Begrijpelijke teksten bevatten doorgaans zinnen van maximaal 15-20 woorden. Laaggeletterden hebben baat bij kortere zinnen: maximaal 10-12 woorden. Zorg wel voor samenhang tussen de zinnen en gebruik op passende plekken verbindingswoorden (zie onder). Varieer als het kan ook met zinslengte. Een tekst met afwisselende zinslengte houdt de lezer beter geboeid.

Gebruik verbindingswoorden

Het gebruik van korte zinnen kan snel tot gevolg hebben dat er weinig samenhang tussen de zinnen is. Een gebrek aan samenhang maakt teksten lastiger te volgen. Uit onderzoek^{15,16} weten we dat teksten met korte hoofdzinnen alleen goed begrepen worden als er goed gebruik wordt gemaakt van verbindingswoorden (zoals 'want', 'terwijl', 'omdat') in een korte bijzin of een nieuwe hoofdzin. Verbindingswoorden maken een tekst beter leesbaar, in tegenstelling tot formuleringen die een verband aangeven, zoals 'dit het is resultaat van ..'. Korte zinnen zónder verbindingswoorden blijken moeilijker leesbaar dan langere zinnen mét verbindingswoorden. Hier is het dus zoeken naar de juiste balans.

Ga zorgvuldig om met opsommingen

Zet, als je met een opsomming werkt, dat wat bekend is vooraan in de zin. Zo weten lezers direct waar de opsomming over gaat en is de opsomming makkelijker te begrijpen.

Niet: Broccoli, wortels, zoete aardappelen, boontjes en spinazie bevatten veel vitamines.

Wel: Groenten met veel vitamines zijn broccoli, wortels, zoete aardappelen, boontjes en spinazie.

Schrijf actief

Gebruik actieve zinnen. Lijdende zinnen zijn vaak omslachtig en vaag, omdat niet precies duidelijk is wie een handeling uitvoert. De lijdende vorm lijkt soms aantrekkelijk, omdat een tekst daardoor wat 'zachter' wordt en minder de aandacht legt op de eigen organisatie. Probeer toch de lijdende vorm waar mogelijk te vermijden.

Niet: Er wordt geen geld gereserveerd voor het verhogen van uw pensioen

Wel: Wij reserveren geen geld voor het verhogen van uw pensioen

Geef directe opdrachten

Wil je dat de lezer iets doet? Maak dan duidelijk wat het gewenste gedrag is en maak er geen optie of keuze van. Gebruik niet 'u moet', maar begin de zin met het werkwoord dat bij de opdracht past. Is een rechtstreekse opdracht te direct? Gebruik dan de zin: 'Wij vragen u ...' (in plaats van 'Wilt u ...')

Niet: Als u wilt, kunt u uw pensioenopbouw bekijken.

Wel: Bekijk hoeveel pensioen u heeft opgebouwd.

Beperk vragende zinnen

Beperk het aantal zinnen in vragende vorm. Gebruik alleen vragende zinnen als de vraag toegevoegde waarde heeft voor de tekst, zoals soms in tussenkopjes. Over het algemeen is een tekst directer en compacter als je vragende zinnen weglaat.

Vermijd opvulzinnen of inleidende zinnen

Gebruik geen loze opvulzinnen of inleidende zinnen. In onderstaand voorbeeld kun je de eerste zin weglaten.

Pensioenfonds Holland communiceert digitaal met u.

Als u inlogt met uw DigiD, ziet u ...

Vermijd nominalisaties

Een typisch verschijnsel in teksten over pensioen zijn nominalisaties. Nominalisaties zijn zelfstandig naamwoorden, die een werkwoord en een onderwerp vervangen. Voorbeelden van nominalisaties zijn 'de beslissing' of 'de verhoging'. Zinnen met nominalisaties zijn abstract en afstandelijk, omdat ze niet duidelijk maken wie beslist of verhoogt. Teksten worden concreter en prettiger leesbaar als je nominalisaties vervangt door een onderwerp en een werkwoord. Veelgebruikte nominalisaties in teksten over pensioen zijn bijvoorbeeld:

- verhoging
- verlaging
- korting
- indexatie
- uitruil
- aanvraag
- behandeling
- verevening
- verdeling
- verwerking

Niet: De beslissing wordt over twee weken genomen.

Wel: Wij besluiten over twee weken of ...

Vermijd afkortingen

Vermijd afkortingen, zoals o.a. en enz.. Vermijd ook de afkorting van namen. Voor de lezer is de naam vaak niet zo bekend als de schrijver verwacht. Wil je toch een afkorting gebruiken? Schrijf deze dan de eerste keer voluit, met daarachter tussen haakjes de afkorting.

Beperk het gebruik van verwijswoorden

Gebruik alleen verwijswoorden als voor de lezer heel duidelijk is waar de verwijswoorden naar verwijzen. Verwijswoorden verlagen de leesbaarheid, zeker als de verwijzing niet volstrekt helder is.

Gebruik niet 'welke', maar 'die'. Hoewel 'welke' niet fout is, maakt het – in de woorden van het Genootschap Onze Taal – een stijve en zogenaamd-deftige indruk. Het betrekkelijk voornaamwoord 'wat' gebruik je alleen in de volgende vier gevallen:

1. Na onbepaalde woorden (alles, veel, iets, niets, weinig, enige etc.)
2. Na een overtreffende trap
3. Bij verwijzing naar een hele zin
4. In de betekenis van 'datgene wat'.

In alle andere gevallen gebruik je 'dat' (bij het-woorden), of 'die' (bij de-woorden).

Niet: Het reglement welke wij herschreven hebben

Niet: Het reglement wat wij herschreven hebben

Wel: Het reglement dat wij herschreven hebben

Geen synoniemen

Gebruik liever steeds dezelfde termen in plaats van synoniemen. Voor laaggeletterden is het vaak moeilijk te doorzien dat de verschillende termen hetzelfde betekenen, waardoor de tekst moeilijk te volgen wordt. Kijk ook goed naar de termen die in eerdere uitingen zijn gebruikt. Zorg ervoor dat termen op verschillende plekken over hetzelfde onderwerp consistent zijn (in brieven, op internet, in een presentatie, etc.).

Vermijd bepaalde leestekens

Laaggeletterden hebben moeite met het lezen van bepaalde leestekens, zoals het vervangingsstreepje (-). Schrijf daarom bijvoorbeeld 'veranderingen in uw werksituatie en privésituatie' in plaats van 'veranderingen in uw werk- en privésituatie'. Deze zin (die veel voorkomt in teksten over pensioen) kun je overigens nog beter concreet maken: 'Uw pensioen kan lager worden door veranderingen in uw werk of thuis. Gaat

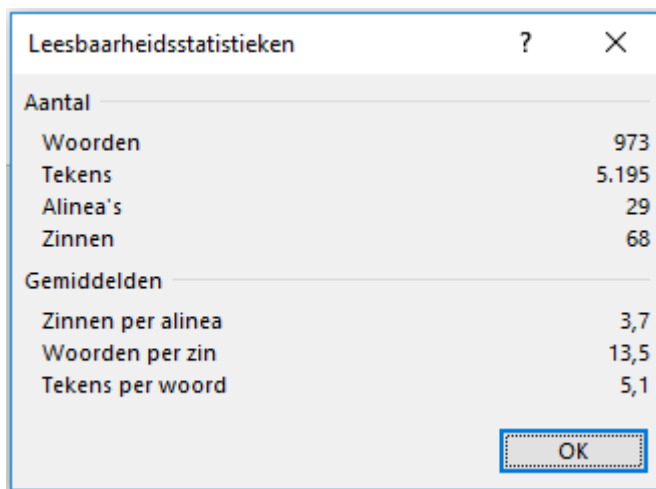
u bijvoorbeeld minder werken? Of gaat u scheiden? Dan wordt uw pensioen vaak lager.'

Ook haakjes (), sterretjes (*), de ampersand (&) en het procentageteken (%) kun je beter vermijden in teksten voor laaggeletterden.

Gebruik Word om het niveau van een tekst vast te stellen

Word biedt verschillende mogelijkheden om een indruk te krijgen van de leesbaarheid van een tekst. De leesbaarheidsstatistieken zijn als volgt op te vragen:

- Ga naar Bestand > Opties
- Vink bij het tabblad 'Controle' de volgende opties aan:
 - Leesbaarheidsstatistieken weergeven
 - Grammatica tegelijk met spelling controleren
- Klik op OK
- Klik op Controleren > Spelling- en grammaticacontrole (of selecteer de tekst die je wilt toetsen en klik daarna op controleren > spelling- en grammaticacontrole
- Loop de tekst door en corrigeer de tekst of negeer de suggesties. Aan het einde krijg je de statistieken te zien.



Leesbaarheidsstatistieken	
Aantal	
Woorden	973
Tekens	5.195
Alinea's	29
Zinnen	68
Gemiddelden	
Zinnen per alinea	3,7
Woorden per zin	13,5
Tekens per woord	5,1

Bedenk dat deze statistieken geen harde uitspraak zijn over het niveau van een tekst. De statistieken kunnen helpen om snel een beeld te vormen van de leesbaarheid. De leesbaarheid is niet alleen afhankelijk van het aantal woorden per zin of de gemiddelde lengte van een woord. Stijl is ook van grote invloed. Soms zijn compacte teksten met korte woorden en korte zinnen minder leesbaar dan iets langere teksten, die bijvoorbeeld een instructie tot in detail beschrijven.

Stap 6: Zorg voor structuur

De structuur van een tekst draagt veel bij aan het begrip ervan. Dat komt doordat de meeste mensen een tekst niet lineair – van boven naar beneden – lezen. Ze beginnen bijvoorbeeld met het scannen van de kopjes, of gaan eerst op zoek naar een bedrag in de tekst. Door daar rekening mee te houden, kun je de lezer helpen.

De opbouw van een tekst

Deel een tekst op in behapbare delen. Streef daarbij naar maximaal 5 alinea's, met elk 2 tot 10 zinnen van maximaal 10 tot 12 woorden. Zorg ervoor dat elke alinea één duidelijk onderwerp heeft. Zet tussen elke alinea een witregel. Het kan helpen om met opsommingen te werken, maar maak opsommingen niet te lang.

Gebruik alinea's en koppen

Deel een tekst op in logische alinea's, waarbij iedere alinea één boodschap heeft. Gebruik heldere koppen om de indeling van de tekst duidelijk te maken. Zorg er daarbij voor dat de koppen logisch op elkaar volgen en de kern van de tekst samenvatten. Niet iedere alinea heeft een kop nodig. Soms heb je twee of drie alinea's nodig voor één onderwerp. Het is belangrijk dat koppen inhoud hebben. Zet dus geen losse termen boven een alinea, maar vat de alinea kernachtig samen. Herhaal de koptekst vervolgens niet nog eens in de tekst. Een alternatieve strategie is om korte vragen boven de alinea te zetten. Let er dan wel op dat de alinea direct duidelijk antwoord geeft op de vraag. Plaats geen andere informatie in de alinea dan het antwoord op de vraag. Wees niet creatief met je koppen. Het hoeven geen 'teasers' te zijn. Maak, ten slotte, een kop altijd vet.

Niet: Rekeningnummer

Niet: Wat betekent dit voor u?

Wel: Gebruik het nieuwe rekeningnummer!

Geef contactgegevens duidelijk weer

Maak duidelijk waar de lezer terecht kan met vragen. Zet de contactgegevens eventueel vetgedrukt of in een kleurvlak. Kies bij voorkeur voor de naam van één persoon als afzender, die men kan bellen of e-mailen. Vermijd abstracte afzenders, zoals 'afdeling pensioenbeheer'. Abstracte afzenders verhogen de drempel om contact op te nemen.

Stap 7: Besteed aandacht aan de opmaak

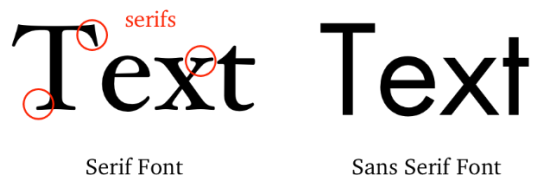
Algemene tips voor het opmaken van uitingen voor laaggeletterden

- Kies voor een lettertype dat groot genoeg is.
- Gebruik geen schuingedrukte of onderstreepte tekst. Hoewel het lijkt alsof je tekst daarmee benadrukt, maakt het een tekst moeilijker leesbaar.
- Kies voor voldoende regelafstand: 1,3 tot 1,5 keer de hoogte van het lettertype.
- Zorg zowel links, rechts, boven als onder voor genoeg witruimte om de tekst

- Mensen die moeite hebben met lezen, zien het einde van een regel vaak als het einde van een zin, ook als er geen punt staat. Overweg daarom om elke zin op een nieuwe regel te beginnen.
- Zet geen tekst in hoofdletters.
- Vermijd het afbreken van woorden.
- Lijn een tekst altijd links uit. Een 'rafelige' kantlijn rechts helpt de ene regel te onderscheiden van de andere.

Kies het lettertype zorgvuldig

Er is veel discussie over welk lettertype het meest geschikt is voor laaggeletterde lezers. Verschillende onderzoeken lijken erop te wijzen dat 'serif fonts' teksten moeilijker leesbaar maken. Serif fonts hebben dwarse lijntjes. Serif fonts zijn bijvoorbeeld Times, Garamond en Georgia. Sans serif fonts zijn lettertypes zonder deze lijntjes. Voorbeelden van sans serif fonts zijn Arial, Calibri en Verdana.



Waar moet je rekening mee houden bij het kiezen van een geschikt lettertype?

- Idealiter heeft een letter een stokhoogte (zoals het streepje naar boven bij de h) en staarhoogte (zoals het streepje naar beneden bij de p) van minimaal 30 tot 40 procent van de romphoogte. De romphoogte is de hoogte van de letter x.
- Kies een lettertype waarbij letters die op elkaar lijken (zoals de i en de l) duidelijk van elkaar verschillen.
- Letters zijn het best leesbaar wanneer de breedte-hoogteverhouding 1:1 is. Cijfers zijn het beste te lezen als de breedte-hoogteverhouding 3:5 is.

Er is een speciaal font ontwikkeld voor mensen met dyslexie ('Dyslexie').

Verschillende onderzoeken laten echter zien dat deze letter niet tot beter leesbare teksten leidt.¹⁷

Denk goed na over kleurgebruik en contrast

Met kleuren kun je een tekst ordenen. Het is wel belangrijk om kleuren op een consequente manier te gebruiken en elke kleur een functie te geven. Gebruik niet meer dan drie kleuren, inclusief de kleur van de basistekst. De basistekst is bij voorkeur zwart. Zorg dat de kleuren bij elkaar passen en vermijd een palet aan verschillende sterk contrasterende kleuren, omdat dat een ontwerp onrustig maakt. Beperk het aantal lijnen en randen. Zet een tekst liever in een kleurvlak, dan in een kader met een rand eromheen.

Gebruik afbeeldingen ter ondersteuning van de tekst

Als instructies en adviezen worden gecombineerd met een afbeelding, blijken laaggeletterde lezers de boodschap beter te begrijpen en te onthouden. De afbeelding moet wel een direct verband hebben met de inhoud van de tekst. Gebruik afbeeldingen dus niet als decoratie, maar functioneel. Het is daarnaast belangrijk om realistische beelden te gebruiken. Kies liever foto's met echte mensen dan met 'te mooie' fotomodellen. Zorg ervoor dat mensen zich kunnen herkennen in de beelden. Ook de kleuren in een afbeelding moeten zo realistisch mogelijk zijn. Beelden kunnen sterke reacties oproepen. Daarom kan het zinvol zijn verschillende beelden te testen. De reacties op bepaalde beelden kunnen verrassend zijn.

Aanvullende tips met betrekking tot beeld:

- Plaats bij voorkeur geen tekst over een foto
- Kies foto's met voldoende contrast
- Eén afbeelding houdt de aandacht beter vast bij de uitleg, dan meerdere afbeeldingen die niet samenhangen. Afbeeldingen kunnen echter ook in een serie getoond worden, zodat een verhaal verteld wordt.

Tekeningen worden vaak beter begrepen dan foto's¹⁸. Ook voor een tekening geldt dat deze functioneel en eenvoudig moet zijn. Kies één stijl voor de afbeeldingen en gebruik niet verschillende soorten afbeeldingen door elkaar. De meeste laaggeletterden hebben moeite met het 'lezen' van grafieken en schema's. Ook het gebruik van pictogrammen wordt afgeraden, omdat deze niet vanzelf begrepen worden en vaak op verschillende manieren uitgelegd kunnen worden. Laaggeletterde lezers blijken veel meer moeite te hebben met het begrijpen van pictogrammen dan meer geoefende lezers. Een pictogram heeft pas effect als mensen vertrouwd zijn met het concept achter de pictogram en de pictogram zelf kennen.¹⁹ Een test onder groenwerkers met leesproblemen liet zien dat een uiting niet beter gewaardeerd en begrepen werd als de uiting pictogrammen bevatte.¹²

Presenteer bedragen en numerieke informatie zorgvuldig

Veel mensen vinden het lastig om een getal van meer dan vier cijfers te lezen. Mensen die laaggecijferd zijn, hebben zelfs moeite met getallen langer dan 2 cijfers. Pas daarom op met lange getallenreeksen. Hak lange nummers (bijvoorbeeld deelnemernummers of telefoonnummers) op in een reeks van getallen van twee cijfers.

Andere tips:

- Rond waar mogelijk bedragen af (gebruik dus geen cijfers achter de komma).
- Vermijd percentages. Toon waar mogelijk concrete (netto) bedragen.
- Splits bedragen niet onnodig uit, maar toon wat de lezer begrijpt. Toon geen stapeling van pensioensoorten, maar totaalbedragen.
- Schrijf getallen met een cijfer, ook (of juist) de lage getallen.
- Gaat het om een bedrag? Zet er dan een euroteken voor en schrijf niet 'euro' erachter.

Stap 8: Help de lezer om actie te ondernemen

Veel informatie is niet alleen bedoeld om lezers te informeren, maar ook om hen te activeren. Met andere woorden: je probeert hen te motiveren om iets te dóen, bijvoorbeeld om een keuze te maken.

De default

De default is de standaardoptie. Als mensen bijvoorbeeld de keuze hebben uit drie beleggingsvarianten, dan komen de mensen die niet kunnen of willen kiezen automatisch in een vooraf bepaalde variant terecht. Vaak is dit de middelste optie. Het is belangrijk dat er goede defaults zijn, waarbij zorgvuldig is nagedacht over wie er, met welke reden, in een bepaalde default terechtkomen. Toch ontslaat dit de sector niet van de verplichting om te blijven proberen de niet-kiezers te bereiken. De default-optie is namelijk niet voor iedereen de meest geschikte optie.

Interaction design

Vaak wordt gedacht dat mensen die laaggeletterd zijn weinig gebruik maken van internet. Uit onderzoek blijkt echter het tegendeel. Van alle mensen die enigszins kunnen lezen, zoekt de overgrote meerderheid geregeld iets op internet op. Veel laaggeletterden e-mailen en internetbankieren regelmatig. Wel zijn laaggeletterden veel minder dan gemiddeld aan het chatten. Ook maken ze minder gebruik van online tools, zoals een pensioenplanner.

Door websites en online tools op de juiste manier in te richten, kun je gebruikers helpen om hen in de richting van het gewenste gedrag te bewegen. Het ontwerpen van de interactie tussen gebruikers en producten wordt 'interaction design' genoemd. De focus van interaction design ligt op het creëren van een online omgeving die de gebruikers helpt hun doel te bereiken op de best mogelijke manier.

Werk met klantreizen die eenvoudig te doorlopen zijn

Het aanbieden van deelnemersvriendelijke klantreizen (of 'customer journeys') is de afgelopen jaren steeds hoger op de agenda van pensioenfondsen en verzekeraars komen te staan. Vaak worden de grote processen, zoals de start en het aanvragen van het pensioen, als eerste onderhanden genomen. Het is goed om bij alle processen na te denken over de stappen die een deelnemer moet doorlopen en de manier waarop actie gevraagd wordt.

Soms worden klantreizen uitgewerkt met een bureau. Dat zijn vaak wat grotere (en duurdere) trajecten. Voor organisaties met een kleiner budget is het ook mogelijk om zelf de processen kritisch onder de loep te nemen door per proces of gevraagde actie de volgende vragen te stellen:

- Staat de doelgroep open voor het doorlopen van het proces of de gevraagde actie? Of is overtuigingskracht nodig?
- Is helder wat het proces of de gevraagde actie inhoudt?
- Is duidelijk wat de gevolgen zijn van de actie?

- Kan de doelgroep vooraf zien hoe de actie werkt?
- Zijn alle stappen die nodig zijn voor de actie ook door laaggeletterden goed uit te voeren?
- Kan de gevraagde actie ook fout uitgevoerd worden? En zo ja, wat zijn de consequenties? Hoe en wanneer is duidelijk als een actie niet goed is uitgevoerd? En is de actie dan te herstellen?
- Is er een vangnet, voor degenen die hulp nodig hebben? Hoe en wanneer wordt het vangnet aangeboden?

Deze check is zinvol voor acties en processen die mensen online kunnen of moeten doorlopen en acties die schriftelijk of telefonisch uitgevoerd moeten worden. Is er ruimte om de stappen opnieuw in te richten? Denk dan na over het betrekken van een aantal vertegenwoordigers van de doelgroep. Dit wordt ook wel 'inclusive design' genoemd. Zeker voor de meer complexe processen en acties kan dit nuttig zijn.

Stap 9: Test de uiting

Het is belangrijk om onderzoek te doen naar je uiting. Komt de boodschap over zoals je in gedachten had? Lukt het om de gevraagde actie uit te voeren? Vaak heb je bepaalde verwachtingen, die in de praktijk toch anders uitpakken. Twee manieren om je aannames te testen, zijn:

Metten is weten

Onderzoek of je brieven gelezen worden. Experimenteer bijvoorbeeld met verschillende versies van brieven en meet welke vragen er vervolgens bij de helpdesk binnenkomen. Verschilt dit per brief? Ook online kun je A/B-testen uitvoeren, waarbij de ene helft van de bezoekers de ene versie van een webpagina te zien krijgt, en de andere helft de andere. Vervolgens kun je meten of en hoe het gedrag verschilt.

Maak gebruik van ervaringsdeskundigen

Mensen die zelf laaggeletterd waren of zijn, kunnen waardevolle tips geven. Verschillende onderzoekers raden aan materialen samen met ervaringsdeskundigen te ontwikkelen. Ook bestaan er panels van ervaringsdeskundigen Stichting Lezen en Schrijven werkt bijvoorbeeld met 'taalambassadeurs' die feedback geven op materialen.

4. Termen en begrippen in pensioencommunicatie

Gangbare termen en begrippen in communicatie zijn al gauw te kwalificeren als jargon. Vaak wordt er vanuit gegaan dat deelnemers veelgebruikte termen – zoals premie en opbouw – begrijpen, terwijl dat niet zo is. Een beter alternatief voor het gebruiken van vaste begrippen of termen, is het kort omschrijven ervan. Dit sluit beter aan bij zowel de belevingswereld van gemiddelde deelnemers als van laaggeletterden.

Jargon in pensioencommunicatie

Het kan verleidelijk zijn om voor gewone woorden het woord ‘pensioen’ te plakken. Denk aan pensioenbedrag, pensioenberekening en pensioenbetaling. Meestal is deze toevoeging niet nodig. Daarnaast maken samengestelde woorden een tekst onnodig moeilijk. Dit zijn woorden als aanvraagformulier of ouderdomspensioen. De betekenis lijkt voor de schrijver duidelijk. Een lezer vraagt zich echter af of ouderdomspensioen wel hetzelfde is als ‘gewoon’ pensioen. Als door samengestelde woorden nieuwe woorden ontstaan, die niet gangbaar zijn in de dagelijkse taal, is het beter deze woorden te vermijden.

Voorbeeld: Dan kunt u dat bij uw pensioenaanvraag aangeven.

Een laaggeletterde lezer zal zich afvragen: wat is mijn pensioenaanvraag?

Vaste uitdrukkingen

Verschillende uitdrukkingen zijn zo vertrouwd geworden, dat we ze makkelijk gebruiken in teksten en denken dat we heldere taal gebruiken. Als je een gemiddelde deelnemer echter vraagt wat er staat, blijkt dat deze uitdrukkingen helemaal niet voor zichzelf spreken. Dit zijn een aantal ‘beruchte’ formuleringen:

U bouwt pensioen op over uw salaris

Er zijn verschillende keuzes voor uw pensioen

U kunt partnerpensioen uitruilen voor ouderdomspensioen

De laatste zin doet mensen vermoeden dat je het ene inruilt voor het andere. Maar waarom staat er dan ‘uitruilen’? En het is niet zoals bij knikkers: het woord ruilen kan verkeerde verwachtingen wekken.

Uit verschillende onderzoeken, onder andere een recent onderzoek waaraan de auteurs van dit document hebben meegewerkt, blijkt dat teksten niet snel té eenvoudig zijn. Het basis kennisniveau, ook bij hoger opgeleide mensen, is laag. Veel mensen zijn niet bekend met basale principes van pensioen. Dat betekent dat teksten zo geschreven moeten worden, dat ook iemand zonder basiskennis de boodschap van een tekst kan begrijpen.

Een voorbeeld: een groep respondenten kreeg de volgende twee zinnen voorgelegd: *‘U en uw werkgever betalen geld voor uw pensioen. Hoeveel geld u en uw werkgever betalen, hangt af van uw salaris’*. In deze tekst vermijden we het woord ‘premie’ en ‘pensioengrondslag’. Toch begrepen sommigen de tekst niet goed, omdat de samenhang tussen pensioen en salaris voor hen een onbekend gegeven was. Hier ontstond discussie over. Het goede nieuws is dat de eenvoudige tekst het stellen van vragen uitlokte. Was dezelfde tekst in standaard ‘pensioentaal’ geschreven, dan had de respondent deze vragen mogelijk niet gesteld. Dit geldt eens te meer voor laaggeletterden.

Hieronder staat een aantal veelgebruikte termen en de suggesties voor omschrijvingen.

Deelnemer

Vermijd het woord ‘deelnemer’ of ‘gewezen deelnemer’. Spreek de lezer rechtstreeks aan.

Pensioendatum en pensioenleeftijd

De woorden ‘pensioendatum’ en ‘pensioenleeftijd’ zijn voor meerdere uitleg vatbaar en jargon. Wees specifiek: noem expliciet de data en de leeftijden waar het om gaat. Bedenk dat veel deelnemers niet weten de leeftijd waarop het pensioen ingaat (de pensioendatum) een keuze is. Daarom is het aan te raden om dit element toe te voegen aan de beschrijving.

Niet: Pensioenleeftijd

Wel: Het moment waarop u uw pensioen laat ingaan.

Wel: We hebben uw pensioen berekend. Daarbij zijn we ervan uitgegaan dat u uw pensioen laat ingaan op uw 68^e.

Niet: Op pensioenleeftijd 65 ontvangt u...

Wel: Als u 65 jaar wordt, ontvangt u...

‘Op leeftijd’

Gebruik niet de uitdrukking ‘op leeftijd X’, maar vervang deze uitdrukking door meer alledaagse taal.

Niet: Op leeftijd X ontvangt u...

Wel: Als u 65 jaar wordt, krijgt u...

Pensioenopbouw

Een uitleg over pensioenopbouw is voor veel lezers moeilijk te volgen. Het heeft de voorkeur complexe begrippen, zoals 'pensioenopbouw', gelaagd aan te bieden. Dit wil zeggen: een korte uitleg in simpele bewoordingen, met verwijzing naar andere webpagina's of documenten voor meer gedetailleerde informatie.

Niet: U bouwt pensioen op over uw salaris.

Mogelijk alternatief: U en uw werkgever betalen samen voor uw pensioen. Hoeveel u samen betaalt, hangt af van uw salaris.

Ouderdomspensioen

Gebruik 'pensioen' in plaats van ouderdomspensioen.

Partnerpensioen

Gebruik het woord 'partnerpensioen' niet zonder toelichting. Benoem wat partnerpensioen inhoudt (en laat bij voorkeur de term partnerpensioen weg).

Wel: Uitkering die uw partner ontvangt na uw overlijden.

Wel: Uw partner ontvangt deze uitkering zolang hij of zij leeft.

5. Verwijzingen

- 1 Buisman, M., Allen, J., & Fouarge, D. (2013). PIAAC: Kernvaardigheden voor werk en leven. *Journal of Health Economics*, 31(3), 490-501.
- 2 Desjardins, R., Thorn, W., Schleicher, A., Quintini, G., Pellizzari, M., Kis, V., & Chung, J. E. (2013). OECD skills outlook 2013: First results from the survey of adult skills. *Journal of Applied Econometrics*, 30(7), 1144-1168.
- 3 Fouarge, D. Houtkoop, W. & Velden, R. van der (2011). Laaggeletterdheid in Nederland. ECBO, 's Hertogenbosch/Utrecht.
- 4 Medhi, I., Menon, S. R., Cutrell, E., & Toyama, K. (2010, December). Beyond strict illiteracy: abstracted learning among low-literate users. In *Proceedings of the 4th ACM/IEEE International Conference on Information and Communication Technologies and Development* (pp. 1-9).
- 5 Keizer, M. (2018). *Lezen ≠ Begrijpen: onderzoek naar leesvaardigheid onder mensen met financiële problemen*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- 6 Inspectie van het Onderwijs, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (2020). *Staat van het Onderwijs*, <https://www.onderwijsinspectie.nl/onderwerpen/staat-van-het-onderwijs>.
- 7 Sweller, J., van Merriënboer, J. J., & Paas, F. (2019). Cognitive architecture and instructional design: 20 years later. *Educational Psychology Review*, 1-32.
- 8 Medhi, I. and Toyama, K. Full-Context Videos for First-Time, Non Literate PC Users. *IEEE/ACM International Conference on Information and Communication Technologies and Development*, Bangalore, India, (2007)
- 9 Medhi, I., Sagar, A., & Toyama, K. (2006, May). Text-free user interfaces for illiterate and semi-literate users. In *2006 international conference on information and communication technologies and development* (pp. 72-82). IEEE
- 10 Stichting Lezen en Schrijven, 2015. *Laaggeletterden, achterblijvers in de digitale wereld?*
- 11 Medhi, I., Menon, S. R., Cutrell, E., & Toyama, K. (2010, December). Beyond strict illiteracy: abstracted learning among low-literate users. In *Proceedings of the 4th ACM/IEEE International Conference on Information and Communication Technologies and Development* (pp. 1-9).
- 12 Karreman, J., N. van Nore, E. Uiters, D. Beaujean (2015). *Ad Rem*, tijdschrift voor zakelijke communicatie en het ledenblad van de Vlaamse Vereniging voor Zakelijke Communicatie, 2.
- 13 van Hekken, A. M. (2018). *Check This! Empowering people to plan for retirement. The role of persuasive message strategies and readability* (Doctoral dissertation, Radboud University Nijmegen).
- 14 Onrust, M. G. (2013). Vermijd de naamwoordstijl! Een houdbaar schrijfadvis?. *Over Taal*, 52(4), 104-106.
- 15 Land, J. (2009). *Zwakke lezers, sterke teksten? Effecten van tekst- en lezerskenmerken op het tekstbegrip en de tekstwaardering van vmboleerlingen*. Stichting Lezen reeks, deel 13. Delft: Eburon

16 Kleijn, S. (2018) Clozing in on readability: How linguistic features affect and predict text comprehension and on-line processing. Proefschrift Universiteit Utrecht.

17 O.a. Wery, J. J., & Diliberto, J. A. (2016). The effect of a specialized dyslexia font, OpenDyslexic, on reading rate and accuracy. *Annals of dyslexia*, 67(2), 114–127 en Rello, Luz and Baeza-Yates, Ricardo. Good Fonts for Dyslexia. Proceedings of the 15th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility, 2013. (pages 14:1-14:8).

18 Medhi, I., Prasad, A., & Toyama, K. (2007, May). Optimal audio-visual representations for illiterate users of computers. In *Proceedings of the 16th international conference on World Wide Web* (pp. 873-882).

19 Van Beusekom, M. M., Land-Zandstra, A. M., Bos, M. J., van den Broek, J. M., & Guchelaar, H. J. (2017). Pharmaceutical pictograms for low-literate patients: understanding, risk of false confidence, and evidence-based design strategies. *Patient education and counseling*, 100(5), 966-973.

Tot slot

Heeft u een opmerking, een aanvulling op dit document of een vraag over eenvoudig schrijven?

Laat het weten!

annemarie@lidewijenspijker.nl