

A climbing wall with several red holds of various shapes and sizes. A white rope is draped across the wall, and a metal carabiner is attached to it. The background is a light-colored, textured surface.

# **EENVOUDIG COMMUNICEREN OVER PENSIOEN**

Annemarie van Hekken

2023

## Voorwoord

‘Eenvoudig communiceren’ is een thema dat steeds aandacht krijgt. Wat maakt een tekst begrijpelijk voor een grote groep mensen? Hoe leg je moeilijke onderwerpen uit? Met de nieuwe regels voor pensioen in aantocht wordt eenvoudig communiceren nog belangrijker. Een belangrijk inzicht is dat je niet alles hoeft te vertellen.

Natuurlijk moet communicatie wel evenwichtig zijn. Ook is het belangrijk als organisatie transparant te zijn. Vaak kun je duidelijk én evenwichtig zijn door ‘gelaagd’ te communiceren. Je brengt dat wat voor een lezer belangrijk en relevant is actief onder de aandacht en je verwijst naar de plek waar iemand die geïnteresseerd is meer gedetailleerde informatie kan vinden. Die aanpak werkt beter dan een overvolle brief of e-mail. Bedenk ook: je bent nooit volledig. We laten altijd zaken weg. Ga maar na: achter elke beslissing zit een afweging. En bij elke afweging spelen bepaalde inzichten, overtuigingen en emoties een rol. We kunnen simpelweg niet álles vertellen. Daarom is het zaak goed te kiezen en de juiste elementen te communiceren.

In deze editie staat een nieuw deel dat ingaat op de vraag waarom communicatie vaak ingewikkelder is dan nodig. En natuurlijk is er aandacht voor communiceren over de nieuwe regels voor pensioen.

Vanwege de positie van de AFM in de overgang naar het nieuwe pensioenstelsel is Louise Nell (werkzaam bij de AFM) gestopt als mederedacteur. Louise, ik heb heel prettig met je samengewerkt en bedankt voor je bijdrage aan de vorige twee edities!

Annemarie van Hekken  
April 2023

## Inhoud

1.	Waarom eenvoudig schrijven? .....	3
2.	Laaggeletterdheid in Nederland.....	5
	Gevolgen van laaggeletterdheid in het algemeen .....	6
	Laaggeletterdheid en financiële zelfredzaamheid.....	6
	Laaggeletterdheid en pensioen .....	7
3.	Eenvoudige taal is belangrijk voor het beeld van pensioen .....	8
4.	Waarom schrijven we moeilijker dan nodig?.....	12
5.	Aan de slag: eenvoudig schrijven .....	16
	Stap 1: Bepaal het doel van een uiting .....	16
	Stap 2: Breng de context in kaart .....	18
	Stap 3: Kies je kanaal zorgvuldig.....	19
	Stap 4: Hanteer een passende toon en stijl .....	26
	Stap 5: Pas je taalgebruik aan .....	28
	Stap 6: Zorg voor structuur .....	33
	Stap 7: Besteed aandacht aan de opmaak.....	34
	Stap 8: Help de lezer om actie te ondernemen.....	36
	Stap 9: Test de uiting .....	38
6.	Communiceren over de nieuwe regels voor pensioen.....	40
7.	Termen en begrippen.....	43
8.	Verwijzingen .....	51

# I. Waarom eenvoudig schrijven?

Er zijn veel redenen om eenvoudig te schrijven. Dit zijn de belangrijkste redenen op een rij:

## **Iedereen houdt van eenvoudige taal als het om pensioen gaat**

Duidelijke taal, zonder jargon, is prettig om te lezen. Ook voor iemand die veel verstand heeft van het onderwerp van een tekst, taalvaardig is of hoog is opgeleid. In de praktijk heeft niet iedereen verstand van pensioen. Daarom is het prettig als een tekst zó geschreven is dat iedereen een tekst kan begrijpen. Met en zonder kennis van zaken.

## **Je spaart energie bij de lezer**

Lezen is iets wat je vanuit je luie stoel kunt doen. Desondanks kost lezen en het verwerken van een boodschap energie. Helemaal als het over een onderwerp gaat waar je niet goed in thuis bent. Als schrijver wil je niet dat de lezer energie verspilt en misschien zelfs 'uitgeput' raakt. Je wilt dat iemand z'n denkwerk voor het juiste inzet. Dat is doorgaans de boodschap achter je verhaal en niet het begrijpen van de tekst zelf.

## **Veel grotere kans dat de lezer doet wat je vraagt**

Mensen zijn eerder geneigd om een tekst te lezen en te doen wat je vraagt als de tekst kort is, een duidelijke structuur heeft en snel duidelijk maakt wat de bedoeling is.

## **Eenvoudige taal straalt af op je organisatie**

Duidelijke taal draagt eraan bij dat de lezer een positief beeld heeft van jou of je organisatie. Veel mensen waarderen het als je een heldere boodschap neerzet. Of andersom: wie moeilijke teksten maakt scoort weinig punten bij die lezer.

## **Het aantal laaggeletterden neemt toe**

Meer en meer (pensioen)organisaties merken dat een belangrijk deel van hun doelgroep moeite heeft met het begrijpen van hun uitingen of uitingen simpelweg niet leest. Zij merken bijvoorbeeld dat een groeiende groep mensen niet reageert op post of e-mail of onlogische keuzes maakt. Twee ontwikkelingen dragen daaraan bij:

Allereerst neemt het aantal jongeren dat het risico loopt om laaggeletterd te worden of al laaggeletterd is, fors toe. 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.

Een tweede oorzaak heeft te maken met (niet) lezen als je eenmaal volwassen bent. De leesvaardigheid van iemand die weinig of niet leest, gaat geleidelijk achteruit. Men verleert het lezen en schrijven, terwijl zo iemand vaak leesvaardig was toen hij of zij school

verliet. 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.

Dit document is ooit begonnen als een handvat voor communicatie met laaggeletterden. We kwamen echter snel tot de conclusie dat pensioencommunicatie voor iedereen duidelijk en eenvoudig moet zijn. Er is nog steeds speciale aandacht voor laaggeletterden, onder andere in het volgende hoofdstuk. Maar verder zijn de tips bedoeld voor communicatie met alle mogelijke doelgroepen. De noodzaak om eenvoudig te communiceren komt dan ook van twee kanten: we maken het zelf snel te moeilijk. En de lezer – ook de getrainde lezer - is beter af met duidelijke en eenvoudige taal.

### **BI zegt vooral iets over de lezer, niet over een tekst**

Voor we verder gaan eerst nog iets over taalniveaus. Regelmatig hoor je dat een tekst door veel mensen begrepen wordt als deze op BI-niveaus geschreven is. De indeling A1 tot en met C2 is echter niet gemaakt voor het schrijven van teksten. De niveaus zeggen iets over de lezer. Ze zijn bedoeld om aan te geven in hoeverre iemand een andere taal dan de moedertaal beheerst.

De indeling in taalniveaus wordt tegenwoordig ook gebruikt om in te schatten hoeveel mensen een tekst kunnen begrijpen. Daarbij maken we niet meer het onderscheid tussen mensen die Nederlands als moedertaal of tweede taal hebben. Een tekst op BI niveau wordt bijvoorbeeld door 80% van de mensen begrepen. Of anders gezegd: 80% beheerst het Nederlands op BI niveau of hoger.

Helaas bestaan er (nog) geen regels voor het meten van het moeilijkheidsniveau van een tekst. Althans, geen regels waar deskundigen het over eens zijn. Er is wel uitgebreid onderzoek gedaan naar wat een tekst begrijpelijk en beter leesbaar maakt. De inzichten die daaruit naar voren komen staan in dit document.

Als je meer wilt lezen over de taalniveaus, kun je hier meer vinden:

<https://detaalbrigade.nl/taalniveaus/>

<https://www.gebruikercentraal.nl/instrumenten/schrijfwijzer/test-of-het-taalniveau-van-je-tekst-past-bij-je-lezer/>

## 2. 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<sup>a</sup> 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% van de potentiële beroepsbevolking in Nederland (mensen tussen de 16 en de 65 jaar) laaggeletterd. Dit zijn 1,3 miljoen mensen. Als we de 65-plussers meetellen, zijn 2,5 miljoen mensen laaggeletterd.

Deze gegevens zijn gebaseerd op het internationale PIAAC-onderzoek uit 2013.<sup>1</sup> PIAAC verwacht eind 2023 nieuwe resultaten te publiceren.

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 de meeste gevallen wel kunnen lezen en schrijven, maar onvoldoende om mee te kunnen doen in het dagelijks leven en op het werk. 80% van de laaggeletterden geeft echter aan dit zelf niet als een obstakel te zien.<sup>2</sup>

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.<sup>3</sup>

Voor het vaststellen van geletterdheid kun je uitgaan van taalvaardigheid, taal- en rekenvaardigheid, of taal-, reken- en digitale vaardigheid. Mensen met een lage rekenvaardigheid worden ook wel ‘laaggecijferd’ genoemd.

De Algemene Rekenkamer (2016) berekende op basis van de resultaten uit het PIAAC-onderzoek dat er 2,5 miljoen laaggeletterden in Nederland zijn. Dat is inclusief de laaggecijferden. Niet iedereen in deze groep heeft dus moeite met taal. De Algemene Rekenkamer rekent daarbij ook de 65-plussers mee.

Laaggeletterdheid komt vaker voor onder 55-plussers, volwassenen zonder startkwalificatie<sup>b</sup> en volwassenen met een migratieachtergrond.<sup>4</sup> Het grootste deel van de laaggeletterden (65%) is autochtoon<sup>2</sup>. 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%),

---

<sup>a</sup> Het niveau van geletterdheid wordt hierbij gemeten met een toets (SER, 2019)

<sup>b</sup> Een startkwalificatie is een diploma havo, vwo, mbo niveau 2 of hoger.

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.<sup>5</sup> 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.

Daarbij komt dat veel laaggeletterden stress ervaren als zij te maken krijgen met teksten. De stress kan ontstaan door de inhoud van een tekst, maar ook al door de envelop op de mat of de mail in de mailbox. Door de stress is de lezer minder gemotiveerd om (verder) te lezen en de boodschap volledig op te nemen<sup>6</sup>. Iemand die minder gemotiveerd is onthoudt de boodschap in een tekst slechter dan iemand die gemotiveerd is om een tekst te lezen.<sup>7</sup>

Een deel van de laaggeletterden heeft niet door dat het moeite heeft met lezen en schrijven. Een ander deel weet het wel, maar schaamt zich en kan goed het probleem verbergen. Mensen in deze groep vermijden situaties waarin ze moeten lezen en/of schrijven. Tegelijk zijn sommigen onzeker en vinden ze het lastig om hulp te vragen.<sup>8</sup>

Tot slot wordt vaak 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. Het is nogal wat om hulp te vragen bij geldzaken en met anderen te delen dat je problemen hebt met lezen en schrijven.

### **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. Zij missen vaardigheden die nodig zijn om informatie te vinden, te begrijpen en te gebruiken. Mensen die niet gewend zijn om informatie op te zoeken en kritisch naar bronnen te kijken, zijn ook weer vatbaarder voor misverstanden en verkeerde keuzes. Zij hebben moeite met het doorgronden van keuzes en het maken van passende keuzes.

Basisvaardigheden op het gebied van lezen en schrijven zijn essentieel om zelfredzaam te zijn en een stabiele financiële situatie te krijgen en te houden. Als mensen die moeite hebben met taal om hulp vragen, 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 naar hun idee te weinig rekening gehouden met hun vaardigheden en beperkingen.<sup>5</sup> Dit blijkt ook uit een onderzoek dat de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) in 2016 deed. De Raad stelt dat er op het gebied van taal- en rekenvaardigheden erg veel wordt gevraagd van mensen met (dreigende) financiële problemen.

### **Laaggeletterdheid en pensioen**

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 kunnen moeilijk bepalen hoeveel geld zij nodig hebben om van te leven
- 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 daardoor geen of weinig gebruik van de keuzemogelijkheden
- Mensen vragen hun pensioen niet of pas laat aan
- Mensen vullen een formulier niet goed in, vergeten een handtekening of kopieën die nodig zijn, waardoor het proces hapert

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 of iets invullen kan er al voor zorgen dat iemand zich niet meer wil verdiepen in zijn of haar pensioen.



### 3. Eenvoudige taal is belangrijk voor het beeld van pensioen

Pensioencommunicatie komt in de praktijk vaak neer op het verstrekken (of beschikbaar stellen) van informatie. We laten de laatste stand van zaken zien. En we leggen uit waarom iets is gebeurd of gaat veranderen.

Met een tekst over pensioen communiceer je meer dan feiten. Je beïnvloedt ook het beeld van pensioen en het pensioenfonds of de verzekeraar. Dat beeld ontstaat natuurlijk niet alleen door uitingen van het pensioenfonds of de verzekeraar. Het wordt ook gevormd en beïnvloed door de dienstverlening van een organisatie, communicatie die je wel verwacht, maar er niet is, gesprekken met collega's, vrienden en familie en uiteraard door berichten in de media.

De beelden die mensen hebben kunnen op van alles betrekking hebben. Op de hoogte van het eigen pensioen ('dat zit wel snor') of ze kunnen te maken hebben met het vertrouwen in pensioen ('straks is alles weg'). Beelden kunnen ook betrekking hebben op de bedoelingen van een organisatie ('zelf veel geld verdienen') en hoe men gevestigd is ('luxe panden met veel marmer'). Beelden kunnen heel concreet zijn ('aardige mensen') of vaag ('ze sturen geloof ik weleens een brief'). Eigenlijk vallen alle mogelijke associaties onder het 'mentale plaatje' dat iemand heeft van pensioen en de pensioenuitvoerder. Dat mentale plaatje kan heel eenvoudig zijn ('ik krijg straks geld als ik met pensioen ga') of heel gedetailleerd. Daarnaast kan het om een aantal losse associaties en ideeën gaan of om een set samenhangende beelden.

Dat mentale plaatje kan, maar hoeft niet, overeen te komen met de werkelijkheid. Het lastige is dat mensen zelden twijfelen aan hun mentale plaatje. Men stelt zichzelf vrijwel nooit de vraag 'klopt het wel wat ik denk?' Ook als mensen in aanraking komen met informatie waaruit blijkt dat hun mentale plaatje voor een deel of helemaal niet klopt, zijn veel mensen geneigd die informatie opzij te leggen of zelfs te stellen dat de informatie niet juist of 'anders bedoeld' is.

Het is interessant om het mentale plaatje dat mensen hebben te kennen. Je hoort ideeën en overtuigingen als je mensen aan de telefoon hebt en je leest ze in de open antwoorden in enquêtes. Ook interviews zijn een goede manier om ze te leren kennen. Het is soms mogelijk om verschillende 'sets' te identificeren: bepaalde ideeën en overtuigingen komen vaker in combinatie met elkaar voor.

Het beeld of mentale plaatje dat iemand van pensioen en de organisatie erachter heeft is belangrijk. Het bepaalt hoe iemand zich gedraagt en een boodschap over pensioen verwerkt. Zo heeft het grote invloed op de bereidheid om iets te lezen en te geloven wat er staat.

Zo'n twee jaar geleden werd een onderzoek uitgevoerd waarbij verschillende mensen werden geïnterviewd over de nieuwe regels voor pensioen. 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."

### Wat betekent dat voor communicatie over pensioen?

Meer en meer wordt duidelijk hoe teksten onbedoeld bepaalde beelden kunnen versterken. Een voorbeeld van communicatie die een misvatting versterkt, is informatie over de 'standaard leeftijd' en teksten waarin sprake is van 'de pensioendatum', waarbij bedoeld wordt op de reglementaire leeftijd. 'Standaard' en 'de datum' doet denken dat er niks te kiezen valt of dat je afwijkt van de norm als je niet met pensioen gaat op dat moment. Veel mensen denken zelfs dat het pensioen dan automatisch ingaat, zonder dat je er iets voor hoeft te doen.

Ook (of zelfs) als je 'standaard leeftijd' of 'uw pensioendatum is...' combineert met de uitleg dat je kunt vervroegen of uitstellen, bevestig je eigenlijk dat je normaal gesproken met pensioen hoort te gaan op de richtleeftijd. Je communiceert immers een norm en je geeft aan dat je daarvan af kunt wijken. Onbedoeld heb je het zaadje geplant dat je door moet werken tot je 67<sup>e</sup> of 68<sup>e</sup> als je niks gekst wilt doen.

Tel daarbij op dat veel mensen niet bekend zijn met de mogelijkheid om de periode tot je AOW krijgt te overbruggen. Dat maakt de optie 'vervroegen' nog meer iets wat in de beleving van velen niet voor hen is weggelegd.

Wie hier verder over doordenkt, komt tot de conclusie dat het helemaal niet nodig is om nadrukkelijk een richtleeftijd te communiceren. Je kiest zelf wanneer je je pensioen laat ingaan. En ja, we hebben voor je uitgerekend wat je krijgt als je het laat ingaan op je 67<sup>e</sup> (of een andere leeftijd). Maar je bepaalt natuurlijk zelf wanneer je je pensioen daadwerkelijk laat ingaan. Een term als 'vervroegen' of 'eerder' is dan helemaal niet nodig. In een uitleg kun je de informatie dan ook makkelijk omdraaien:

*U bepaalt zelf wanneer u uw pensioen in laat gaan. We hebben voor u uitgerekend wat uw pensioen is als u het laat ingaan op uw [...].*

Zo zet je geen norm neer en staat de eigen keuze voorop. Het lijkt misschien subtiel, maar zo komt de tekst echt anders binnen. En je zou kunnen toevoegen:

*Hoe eerder u uw pensioen laat ingaan, hoe lager uw pensioen uitvalt.*

'Hoe eerder' is neutraler dan 'vervroegen'. Vervroegen doe je altijd ten opzichte van een specifiek punt en zorgt voor een afwijking van het normale.

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

- Pensioen gaat alleen over gepensioneerden.
- Ik heb straks 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 / de AOW-leeftijd is mijn pensioenleeftijd.
- Het fonds 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.

Een overtuiging die breed leeft, is dat een pensioenfonds een commerciële instelling is. Niet zo verwonderlijk als je bedenkt dat er tegenwoordig verder eigenlijk geen financiële instellingen meer zijn zonder winstoogmerk.

Als pensioenfonds over zichzelf praten, gaat het vaak over het 'uitvoeren van de regeling' en beleggen. Maar wees eerlijk: wat betekent dat precies: een regeling uitvoeren? Of een 'pensioenuitvoerder'? Leg dat maar eens uit aan een 12-jarige.

Die 12-jarige test is echt handig. Veel mensen zijn namelijk geneigd te denken dat een 40-jarige veel meer begrijpt en je daarom zonder al te veel problemen termen als 'pensioenstelsel' of 'uitvoerder' kunt gebruiken. Die redenering gaat echter niet op. 12-jarigen begrijpen meer dan je denkt. En de voorsprong van veel 40-jarigen valt enorm mee. Het voordeel van een 12-jarige als (fictieve) doelgroep is dat je wat eenvoudiger voor kunt stellen dat iemand geen voorkennis heeft. Je stapt met je uitleg dus makkelijk in op het niveau dat de meesten hebben.

Dit is een tekst die op internet staat:

*Het bestuur van pensioenfonds [...] voert de pensioenregeling uit en stelt het beleid vast. Het bestuur vindt het belangrijk dat pensioenfonds [...] zorgt voor een betaalbaar, duurzaam en waardevast pensioen.*

*Pensioenfonds [...] is hét pensioenfonds van, voor en door de sector [...].  
Werknemers, werkgevers en sociale partners zorgen bij pensioenfonds [...] samen  
voor een goed collectief pensioen in een leefbare wereld.*

‘Het beleid’, waardevast, sociale partners, collectief... Ook al begrijp je niet precies wat er staat, je probeert het wel in te passen in het beeld dat je al hebt. De vraag is of deze tekst bijdraagt aan een beeld (of mentaal plaatje) waardoor je eens naar je eigen pensioen gaat kijken of een vraag stelt als je iets niet begrijpt.

Heel eerlijk? Als ik dit lees denk ik ‘serieuze club’, ‘ingewikkelde organisatie’ en ‘veel vergaderen’. Je zou ook zo iets kunnen opschrijven:

*Iedereen die bij ons pensioen opbouwt legt samen met werkgever [...] geld in voor  
zijn of haar pensioen. Het pensioenfonds zorgt ervoor dat dit geld door  
professionele beleggers wordt belegd.*

*Het pensioenfonds maakt zelf geen winst. Alle winst van de beleggingen gaat  
naar de pensioenen. Als u uw pensioen laat ingaan, zorgt het pensioenfonds  
ervoor dat het wordt uitgekeerd op de manier die u wilt. U bepaalt bijvoorbeeld  
het moment waarop uw pensioen ingaat.*

*Heeft u hulp nodig bij het maken van een keuze of wilt u iets weten over uw  
pensioen? Dan kunt u altijd bij ons terecht.*

### **Eenvoudige taal is ook belangrijk voor het beeld van jezelf**

De houding van deelnemers in het algemeen en laaggeletterden die niet reageren op een uiting in het bijzonder wordt soms opgevat als ‘ongeïnteresseerd’ of ‘laks’. Soms onderneemt iemand geen actie, omdat diegene een negatief zelfbeeld heeft. Zie hiervoor de laatste drie punten in het kader. Er zijn ongetwijfeld nog meer overtuigingen die actief gedrag in de weg staan.

## 4. Waarom schrijven we moeilijker dan nodig?

Het is opvallend dat communicatiespecialisten in de pensioensector het al jaren erover eens zijn dat het belangrijk is zó te schrijven dat een brede doelgroep de communicatie kan begrijpen. Een interessante vraag is waarom teksten dan toch vaak nog (te) moeilijk zijn. Je leest hierna een aantal oorzaken voor 'moeilijk schrijven'.

### **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 kan zich niet voorstellen dat lezers de formuleringen, termen en uitdrukkingen waar hij of zij zelf zo vertrouwd mee zijn niet begrijpen. Ook vindt de schrijver het moeilijk om in het hoofd van de lezer te stappen en te bedenken welke (mogelijk verkeerde) associaties een tekst oproept.

Signalen dat iemand in een bubbel zit zijn uitspraken als 'het staat er toch?' Of 'dit zeggen we altijd zo'.

Tip 1: Laat je teksten door anderen lezen, bij voorkeur door mensen die niet vertrouwd zijn met het onderwerp. Vraag terug te koppelen wat er staat. Let erop dat je geen toelichting geeft, maar luister vooral en vraag door.

Tip 2: Check eens bij jezelf hoe je reageert als je commentaar krijgt op een tekst of iemand iets niet begrijpt. Idealiter is je basishouding niet verdedigend, maar 'hoe kan ik de tekst aanpassen om de boodschap beter over te brengen'.

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

De schrijver heeft het idee dat een tekst (of de schrijver zelf) niet meer zo serieus wordt genomen als een tekst eenvoudiger is geschreven. Sommigen vinden het ook niet bij de organisatie passen om eenvoudige taal te gebruiken ('we zijn wel een pensioenfonds, geen vrijetijdsclub!')

Bedenk dat helder schrijven niet hetzelfde is als kinderachtig of vrijblijvend schrijven. Het doel is niet Jip en Janneke-taal, maar duidelijke taal met een heldere opbouw en boodschap. Je schrijft niet snel te eenvoudig. Een tekst wordt pas hinderlijk eenvoudig als zinnen bijvoorbeeld geen komma mogen bevatten. En het meest hinderlijk is als een schrijver 'door de knieën gaat' en de lezer betuttelend aanspreekt. Maar klare taal is geen enkel probleem.

### **Oorzaak 3: De schrijver maakt zich zorgen dat de tekst te eenvoudig wordt voor wie goed kan lezen**

Bij sommigen leeft de zorg dat een eenvoudige tekst irritatie oproept bij mensen die prima kunnen lezen. Het klopt dat een tekst té simpel kan worden. Zo'n tekst bevat bijvoorbeeld geen bijzinnen en komma's meer, zeer korte zinnen en uitsluitend woorden

die in de top staan van veelgebruikte woorden. Ook kan de lay-out kan storend zijn voor wie gewend is te lezen. Denk aan een opmaak waarbij iedere zin op een nieuwe regel begint. Dat is echter niet het niveau waar we met de meeste tips in dit document naartoe willen. Daar waar tips specifiek voor laaggeletterden zijn en niet bruikbaar voor alle doelgroepen staat het erbij.

Een team onderzoekers<sup>9</sup> heeft gekeken naar de effecten van eenvoudig schrijven op mensen die wel en juist geen moeite hebben met lezen. Het team heeft onderzocht hoe moeilijk of makkelijk het was om een aantal taken uit te voeren op een webpagina. Daarvoor hebben ze geëxperimenteerd met twee teksten, een originele tekst, en een vereenvoudigde versie van dezelfde tekst. Wat bleek? Beide groepen konden taken sneller en beter uitvoeren als de tekst was opgesteld in eenvoudige taal. Ook bleken beide groepen de eenvoudige teksten hoger te waarderen.

	Succesvol een instructie opvolgen	
	Originele tekst	Herschreven tekst
Laaggeletterd	46%	82%
Hooggeletterd	68%	93%

	Tijd nodig voor het lezen van de tekst	
	Originele tekst	Herschreven tekst
Laaggeletterd	22,3 min	9,5 min.
Hooggeletterd	14,3 min.	5,1 min.

	Tevredenheid (1-5, 5=heel tevreden)	
	Originele tekst	Herschreven tekst
Laaggeletterd	3,5	4,4
Hooggeletterd	3,7	4,8

#### **Oorzaak 4: Geen noodzaak.**

Alle processen lopen, de brieven zijn ingeregeld. Mensen vragen het pensioen aan en er komen weinig klachten binnen. Waarom zou je tijd en energie steken in het herschrijven van een tekst? Als er al aandacht wordt geschonken aan eenvoudig schrijven, dan gaat het meestal om nieuwe brieven. Maar ook 'oude' brieven, die nog dagelijks verzonden worden verdienen aandacht. Juist die brieven. Want ze vallen op de mat. Dag in, dag uit.

Realiseer je dat het feit dat je geen klachten binnenkrijgt, ook kan betekenen dat je brieven niet worden gelezen of de drempel om te laten weten je niet begrijpt wat er staat te hoog is.

#### **Oorzaak 5: Angst dat het niet meer klopt**

De afgelopen periode zijn veel stappen gezet in de pensioensector om met elkaar te kijken welke termen gerust gebruikt kunnen worden en welke termen liever niet.

Opvallend is dat een groep mensen in de pensioensector (opmerkelijk genoeg meestal juist niet de juristen) bang is dat eenvoudige taal synoniem is aan 'niet juist'.

Deze angst is ongegrond. Het tegengestelde is zelfs waar: uit eigen ervaring weet ik dat teksten juist scherper en preciezer worden als je ze kritisch bekijkt en herschrijft. Als je de essentie van een tekst wilt vangen in een begrijpelijke formulering, moet je goed begrijpen wat de bedoeling is van een tekst. Regelmatig blijkt dan dat de oorspronkelijke tekst helemaal niet zo duidelijk was of ook anders uitgelegd kan worden.

Verder gebeurt er iets interessants als je een tekst, zoals een bijvoorbeeld een reglement, herschrijft. Meer mensen in de organisatie gaan de tekst écht lezen en begrijpen wat er staat. Regelmatig komt er daarna een discussie op gang over de inhoud van de tekst. Iets wat al jaren verstopt zat in een stoffige alinea, komt ineens aan de oppervlakte.

Tip: Kijkt iemand mee die gewend is aan formele of juridische formuleringen? Vraag waar de zorg zit. Vervolgens kun je samen op zoek naar een formulering waarin je deze zorg ondervangt. Vaak levert dat hele mooie oplossingen op.

#### **Oorzaak 6: 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.

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. En wees niet te snel tevreden over een tekst. Het kan vaak nog veel eenvoudiger.

Tip: Legt iemand je iets uit over het onderwerp waar je over schrijft? Neem dan nooit een formulering over als je niet helemaal begrijpt wat je met deze formulering zegt. Vraag net zolang door, tot je ieder element in de uitleg begrijpt.

#### **Oorzaak 7: Veilig schrijven**

De schrijver vindt (bewust of onbewust) dat wollige taal veiliger is dan concrete zinnen. De schrijver kiest daarom voor de lijdende vorm in plaats van 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.

Schrijf altijd concreet en in de actieve vorm. Zo is de boodschap veel duidelijker.

### **Oorzaak 8: Gebrek aan tijd en capaciteit**

Het komt geregeld voor dat men wel open staat voor eenvoudige taal, maar het niet voor elkaar krijgt om teksten aan te (laten) passen, omdat het tijd en/of capaciteit kost die er in de eigen organisatie niet is.

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.

### **Oorzaak 9: Processen zijn ingericht vanuit de eigen organisatie**

Vaak ontstaat de wens om een brief te schrijven of aan te passen door een verandering in een proces of het opstarten van een nieuw proces. Een valkuil is de brief ook in steken vanuit de eigen systemen en werkwijze. Mensen krijgen formulieren opgestuurd die ze voor een bepaalde datum weer terug moeten sturen. Mensen moeten een pensioen- of deelnemernummer opgeven, want anders 'kunnen we u niet goed helpen'. Mensen ontvangen eerst brieven waarin sprake is van een pensioenleeftijd en moeten daarna zelf hun pensioen aanvragen. Dit kan onlogisch overkomen. Afgezien van dat het niet zo vriendelijk overkomt, krijgen sommige mensen ook het gevoel dat ze iets fout kunnen doen ('ze wijzen misschien mijn aanvraag af').

### **Oorzaak 10: Verplichting om over ingewikkelde zaken te communiceren**

De pensioensector heeft te maken met een groot aantal onderwerpen waarover verplicht gecommuniceerd moet worden. Sommige daarvan zijn erg moeilijk te verwoorden in eenvoudige taal. Zelfs als je eenvoudige taal gebruikt, blijft het lastig te begrijpen. Het is bij dit soort verplichtingen verleidelijk om te denken 'dan maar in jargon. En eerlijk is eerlijk, sommige onderwerpen zó moeilijk, dat weinig mensen in staat zijn om het te begrijpen, hoe je het ook opschrijft. Probeer zelf echter altijd het punt te verwoorden in duidelijke taal. En wees kritisch op wat je actief onder de aandacht brengt. In hoofdstuk 5 staat meer over aansluiten bij je doelgroep.

Tip: Train jezelf om ook de moeilijkste zaken eenvoudig te verwoorden. Je leert er vaak inhoudelijk veel van en die kennis is weer bruikbaar voor teksten waarbij je minder diepgaand op de materie in hoeft te gaan. Ondertussen weet je wel van de hoed en de rand.



## 5. Aan de slag: eenvoudig schrijven

In dit hoofdstuk staat een aantal praktische tips. Soms zijn deze tips specifiek voor laaggeletterden. Vaak gelden ze voor iedereen.

### Stap 1: Bepaal het doel van een uiting

Wat wil je bereiken? Wat moet degene voor wie je schrijft weten, vinden of doen? Hoe preciezer je het doel formuleert, hoe makkelijker je een goede tekst kunt maken. Vaak is een tekst over pensioen gericht op het informeren van de lezer. Vanuit communicatieperspectief is dat geen doel. Informeren is iets wat jij doet, de vraag is: waarom informeer je iemand? Denk ook goed na over waarom iemand iets moet weten, vinden of doen. Simpelweg feiten overbrengen 'omdat het zo is' of om transparant te zijn is vaak niet effectief.

Wil je bepaald gedrag stimuleren? Dan is zelfvertrouwen een belangrijke voorwaarde. De belangrijkste 'voorspeller' of iemand in beweging komt is leeftijd. Leeftijd is echter een gegeven en kun je niet beïnvloeden. Zelfvertrouwen wel. Zelfvertrouwen staat op de tweede plaats als voorspeller van actief gedrag als het om pensioen gaat. Een eenvoudige boodschap, die iemand kan begrijpen en grip geeft op het onderwerp, helpt echt. Als iemand ervaart hoe het is om een tekst te begrijpen of het lukt om een bepaalde actie uit te voeren, krijgt het zelfvertrouwen een oppepper. En dat is weer een goede start bij een volgend contact.

Probeer je doel in ieder geval zo concreet mogelijk te maken. Schrijf bijvoorbeeld op wat iemand precies moet weten of doen.

Tip: Iemand iets leren of ervoor zorgen dat iemand iets weet is erg moeilijk. Dat heeft te maken met de manier waarop men een tekst leest (vaak scant) en het feit dat je snel te veel vertelt (zie ook de toelichting op 'informatie overload' hierna). Mensen hebben geen zin om iets te leren of voor hun gevoel te 'studeren'. Verder hebben mensen vaak al ideeën over het onderwerp waar je over schrijft. Als jouw verhaal botst met die ideeën, lukt het niet goed om het idee dat men al heeft te veranderen.

Vaak is gedrag het uiteindelijke doel en niet dat iemand bepaalde feiten weet. 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.

---

### De valkuil van informatie overload

Pensioenfondsen moeten natuurlijk transparant zijn. Geen eenzijdig verhaal vertellen, maar eerlijk inzicht en overzicht geven. De vraag is hoe en waar je transparant bent.

Voorop: volledig transparant zijn is niet mogelijk. Er zijn altijd meer feiten dan je kunt en wilt vertellen. Achter elke beslissing zit een afweging. En bij elke afweging spelen bepaalde inzichten, overtuigingen en emoties een rol. Op een bepaald moment gaat het niet meer om feiten, maar om overtuigingen. Waarom kiest een fonds voor een hogere renteafdekking? Waarom zit de beleggingsportefeuille in elkaar zoals die in elkaar zit?

Je bent dus nooit volledig. Afgezien daarvan: probeer ook niet zo volledig mogelijk te zijn. Wie dat probeert, stevent snel af op een 'informatie overload'. Mensen kunnen veel minder 'brokken' informatie verwerken dan we vaak denken<sup>10</sup>. Uit de jaren '50 stamt een onderzoek waaruit bleek dat mensen die iets nieuws lezen gemiddeld maar zeven elementen kunnen verwerken<sup>11</sup>. Dat zijn geen zeven boodschappen, maar zeven bouwstenen in een verhaal. Daar zit je al heel snel aan.

Mensen bekijken een document dat veel informatie bevat in twee fasen. Eerst scant iemand het document. Tijdens het scannen bepaalt diegene wat hij of zij interessant vindt. Daarna, in fase 2, krijgen de onderdelen die iemand interessant vindt meer aandacht. Die delen worden dan echt gelezen en 'verwerkt'. De lezer bedenkt bijvoorbeeld wat de informatie voor hem of haar betekent.

Als iemand meer informatie krijgt dan hij of zij aan kan, is de kans groot dat diegene de informatie negeert of alleen maar snel scant. En is (of lijkt) de boodschap niet interessant of relevant, dan zullen ook veel mensen afhaken na de eerste scan. 'Te veel' kan dus te maken hebben met letterlijk de hoeveelheid informatie en met 'niet passend'. Als je iets nieuws wilt vertellen of iets wat niet helemaal strookt met wat men al denkt, is die eerste snelle scan vaak niet genoeg en zul je mensen moeten boeien met je verhaal.

Na dat eerste onderzoek in de jaren '50 zijn veel meer onderzoeken uitgevoerd naar informatie overload. Iedere keer bleek dat mensen blokkeren als ze te veel informatie onder ogen krijgen. Dat is niet wat je wilt.

Een tweede aandachtspunt bij 'transparant zijn' heeft te maken met verwachtingen. Het zou natuurlijk niet goed zijn als mensen denken ergens recht op te hebben als dat niet zo is. Opvallend in de pensioensector is de zorg dat we mensen niet genoeg waarschuwen. Dat is wat onevenwichtig. Tegenover ieder risico staat (als het goed is) ook een voordeel. Als we alleen maar communiceren over de risico's, vertellen we het halve verhaal en zetten we pensioen onnodig neer als iets waarbij men zekerheid is kwijtgeraakt en men er niks voor terugkrijgt. Verder lijkt het erop dat te veel waarschuwen alleen maar contraproductief werkt. Zeker als het algemene waarschuwingen zijn, zonder dat je concreet iets kunt of moet doen. Men leest de tekst niet meer en dat waarvoor je mensen echt wilt waarschuwen, komt niet aan.

Communiceer dus neutraal en houd dat wat je actief onder de aandacht brengt beknopt. Verwijs duidelijk naar de plek waar meer informatie te vinden is als men geïnteresseerd is in details. Denk ook na over wat je wilt bereiken met transparantie. Het is geen doel op zich. Gaat het om specifieke kennis? Of wil je

mensen activeren of nieuwsgierig maken? In sommige gevallen werkt het het beste om mensen gericht een opdracht te geven ('lees eerst dit').

### **Behapbaar en in balans**

Al met al krijgt 'transparant zijn' daarmee een andere betekenis. Het gaat dus niet om volledig zijn of risico's benadrukken, maar om behapbaar en in balans zijn. Een uiting zó opzetten, dat iemand ermee overweg kan en zijn weg kan vinden als hij of zij meer wil weten. De stappen die iemand kan of moet zetten heel laagdrempelig maken. Verdiepende informatie goed vindbaar maken, processen zo eenvoudig mogelijk maken en zorgen dat alles goed werkt (geen vastlopers of doodlopende paden op je website als iemand iets onverwachts doet).

Het kan heel verhelderend zijn om de eigen communicatie en stappen die iemand moet zetten eens door de bril van iemand die niet goed thuis is in je website of het onderwerp te bekijken. Kijk mee en verplaats je goed in de ander (zie ook stap 9 in dit hoofdstuk) Waar twijfelt iemand? Wanneer dreigt iemand af te haken? Hoe ervaart iemand het lezen van een brief of het uitvoeren van een bepaalde handeling? Met die inzichten, kun je werken aan de juiste beelden van pensioen en het gewenst gedrag stimuleren.

---

Dit was een zijstap over het doel van je tekst en waarom je nooit te veel informatie een uiting moet zetten die je actief opstuurt. Terug naar de stappen om tot een heldere uiting te komen:

### **Stap 2: Breng de context in kaart en bepaal je boodschap**

Bepaal je boodschap nauwkeurig. Kijk wat noodzakelijk is om je punt te maken en laat de rest weg. Houd daarbij rekening met de situatie 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?

Bedenk 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? Is een standaardoptie mogelijk, die in werking treedt als deelnemers geen actie ondernemen?

### Stap 3: Kies je kanaal zorgvuldig

Het is hoe dan ook belangrijk om het juiste kanaal te kiezen voor een boodschap. Bij mensen die moeite hebben met lezen is dat extra belangrijk. Mensen gaan vaak niet zelf actief op zoek naar informatie. Je zult als organisatie de boodschap dus zelf moeten brengen naar degenen die je wilt bereiken.

#### Let op bij laaggeletterden:

Niet alle uitingen kunnen geschikt gemaakt worden voor mensen die functioneel analfabeet en/of laaggecijferd zijn. Hieronder vind je 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 zo langzamerhand de nieuwe standaard. Laaggeletterden hebben vaak minder digitale vaardigheden, maar zijn niet per definitie digibeet. De meerderheid beschikt over een computer en heeft internet. Zij kunnen dus overweg met internet, maar vermijden langere en moeilijke teksten. Ook hebben zij veel meer moeite met tools en online formulieren.

Opvallend is dat mensen die moeite hebben met lezen en schrijven door de vormgeving kunnen denken dat een tekst moeilijk leesbaar is en daarom wegklikken of de tekst niet lezen. Ook als de tekst eenvoudig geschreven is.

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

1. Zet het ontwerp 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. Beperk de uitleg tot het hoogstnoodzakelijke. Meer gedetailleerde uitleg kun je eventueel in een tweede laag geven. Het werkgeheugen van mensen is beperkt. Als je te veel nieuwe elementen aanbiedt, blokkeren mensen. Dat geldt voor het lezen en begrijpen van nieuwe informatie, maar ook voor het uitvoeren van een taak. Pas als je iets vaker ziet of gedaan hebt, sla je het op in je lange termijn geheugen, dat veel groter is.

4. Hanteer het principe **'Don't make me think'**. Dit principe geldt voor alle doelgroepen. Als iemand moet nadenken over de volgende stap ('wat moet ik nu doen') is er iets niet goed in je ontwerp.
5. 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.
6. 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 in alledaagse taal. Overweeg om veelgemaakte spelfouten op te nemen in de zoekmachine en deze tot de juiste zoekresultaten te laten leiden.
7. 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.
8. Bied een **voorleesfunctie** aan.
9. 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.<sup>12</sup>
10. 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.<sup>13</sup>
11. **Beperk het aantal hyperlinks**. Veel laaggeletterde websitebezoekers hebben de neiging om eerder op een opvallende link te klikken, dan om de inhoud van een pagina te lezen. Door het aantal hyperlinks beperkt te houden, kun je voorkomen dat bezoekers 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. Schrijf bijvoorbeeld 'lees hoe je een pensioenplan maakt' in plaats van 'lees meer' en 'print het formulier [...] in plaats van '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.<sup>c</sup> 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.<sup>d</sup> 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 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](http://www.wcag.nl) kun je een URL ingeven, waarna je direct een oordeel krijgt over de toegankelijkheid van deze website.

### Digitale formulieren

Het is hoe dan ook belangrijk dat digitale formulieren logisch in elkaar zitten en goed werken. Voor laaggeletterden is dat helemaal belangrijk, omdat zij eerder afhaken tijdens het invullen. Veel laaggeletterden zien vooraf al op tegen het invullen van formulieren.

---

<sup>c</sup> 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>

<sup>d</sup> <https://www.lezenenschrijven.nl/wat-doen-wij/oplossing-voor-je-vraagstuk/laaggeletterden-achterblijvers-de-digitale-wereld>

Leidt degene die het formulier invult zodanig door het formulier dat diegene niet hoeft na te denken over wat je waar invult. Zorg ook dat er een duidelijke melding komt als iemand iets fout invult (dus niet 'er ontbreekt een gegeven').

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 'ingangdatum' en 'loonheffingskorting' + ja/nee.

## Brieven

Laaggeletterden kunnen angst ontwikkelen voor officiële 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 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.
- Bevat een brief een formulier? Of moeten mensen inloggen? Maak dan duidelijk dat ze kunnen vertrouwen op de afzender. Vertel bijvoorbeeld dat ze (eerst) kunnen bellen om te checken of de brief echt is. Alleen al het aanbod dat je iets

kunt controleren, vermindert argwaan en maakt de kans groter dat iemand doet wat je vraagt.

## 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<sup>e</sup> 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

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

### Meenemen naar de afspraak

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

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.<sup>14</sup> 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 staan 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 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 voor het document een naam die duidelijk is en onderscheidend ten opzichte van de andere documenten die online staan (niet 'pensioeninformatie').

- Denk na over hoe je voorkomt dat de mail wordt opgevat als spam of onbetrouwbaar. Zorg er ook voor dat je mensen op een veilige manier en tegelijk makkelijke manier doorverwijst naar de eigen website. De doelgroep laaggeletterden is kwetsbaarder voor fraude.

### Video's en animaties

Een video doet geen beroep op iemands leesvaardigheid. Gaat een video over een abstract onderwerp, dan zijn andere vaardigheden wel weer belangrijk om een uitleg of een instructie te kunnen begrijpen.<sup>15</sup> Vaak missen laaggeletterden deze vaardigheden. Maak een video of animatie daarom altijd zo concreet mogelijk en zet het verhaal op vanuit het perspectief van de doelgroep. Laat bijvoorbeeld iemand die zelf pensioen opbouwt bij het pensioenfonds 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 dan iemand die een verhaal vertelt. Maar ook bij animaties en slides kan het werkgeheugen flink belast worden als meer 'brokken' informatie gegeven worden dan iemand tijdens het kijken kan verwerken.

### 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

Het contact via de telefoon is na persoonlijk 'live' contact op locatie het belangrijkste kanaal. Het kan lastig zijn voor degene die de beller te woord staat te herkennen dat de ander laaggeletterd is. Meestal 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 andere 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.

Een medewerker van een financiële instelling vertelde dat zij bellers aanmoedigen te vertellen wat ze wel of niet begrijpen met de volgende tekst: 'We horen wel eens dat onze brieven moeilijk zijn. Dat kunnen we ons best voorstellen. Vindt u onze brieven ook moeilijk?' Als dat zo is, verwijzen ze de beller door naar het Regionale Taalhuis of de bibliotheek. De bibliotheek helpt vaak laaggeletterde mensen.

### **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<sup>e</sup>.

Eén van de manieren waarop werkgevers het onderwerp pensioen bespreekbaar kunnen maken, is door interactieve bijeenkomsten te organiseren. Heeft een werkgever veel mensen in dienst die moeite hebben met lezen en schrijven, dan kan de werkgever dat bijvoorbeeld elk jaar doen. 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 de mensen die het gesprek voeren gebruik maken van de 'teach-back methode'. Deze methode houdt in dat je de gesprekspartner aanmoedigt om jouw verhaal samen te vatten in eigen woorden en vragen te stellen. Degene die de informatie geeft, kan de vragen en reactie van degene tegenover hem of haar ook weer samenvatten en vragen of deze samenvatting klopt. Zo check je steeds of je elkaar begrepen hebt.

### **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

---

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

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 wil? 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.

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](http://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 (soms 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 onderzoeken<sup>16</sup> blijkt echter dat dergelijke motivational agents niet goed werken. Vermoedelijk belast de extra tekst de lezer in plaats van dat het extra motivatie en begrip oplevert. Ook kunnen rolmodellen té voorbeeldig zijn. Gebruik je rolmodellen of werk je met testimonials, kies dan mensen die wat betreft hun houding en gedrag lijken op veel mensen in de doelgroep, maar op één of andere manier in beweging zijn gekomen. Het verhaal wint hiermee aan geloofwaardigheid en mensen herkennen zich eerder in het rolmodel.

Ook kun je korte motiverende teksten gebruiken. Vertel dat iets maar 5 minuten duurt of maak duidelijk wat een bepaalde actie oplevert. Let erop dat de praktijk aansluit bij de tekst. Als je vertelt dat het maken van een afspraak makkelijk is, zorg er dan ook voor dat het echt zo is. 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**

Een tekst die veel mensen moeilijk vinden, heeft bepaalde kenmerken. In één van de onderzoeken voor mijn proefschrift heb ik gekeken naar wat teksten over pensioen moeilijk maakt en of er een verband is tussen leesbaarheid en gedrag. Anders gezegd: zijn er specifieke zaken te herkennen in 'moeilijke teksten' over pensioen? En gedragen deelnemers bij pensioenfondsen die moeilijk schrijven zich anders dan deelnemers bij fondsen die makkelijker schrijven?

De moeilijke teksten bleken inderdaad een aantal kenmerken gemeenschappelijk te hebben.<sup>17</sup> En het loont om teksten te checken op deze kenmerken: deelnemers bij pensioenfondsen die eenvoudiger schrijven en onderstaande '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 het onderzoek.

Wat maakt een tekst over pensioen moeilijk?

Op woordniveau:

1. Gemiddeld hoog aantal letters per woord
2. Veel samengestelde woorden
3. Namen, afkortingen en zelfverzonnen woorden
4. Veel nominalisaties (het gebruik van een zelfstandig naamwoord in plaats van een werkwoord), zoals verhoging, beslissing en verdeling.
5. Veel laagfrequente woorden en naar verhouding weinig hoogfrequente woorden. Hoogfrequente woorden zijn de woorden die het meest gebruikt worden, bijvoorbeeld op televisie en in gesproken taal.

Op zinsniveau:

6. Lange zinnen
7. Lange zinsdelen
8. Zinnen in de lijdende vorm

Op tekstniveau:

9. Formuleringen die een verband aangeven (bijvoorbeeld 'dit is het resultaat van', 'als gevolg van')

10. Weinig persoonlijke voornaamwoorden

Hoe abstracter een tekst is, hoe moeilijk iemand een tekst vindt. Lezers kunnen zich dan minder goed identificeren met het onderwerp. Er is dan veel context nodig om het onderwerp goed te kunnen begrijpen. Ook vinden lezers het dan 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.<sup>18</sup>

Een aantal extra 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 in alle teksten toe te passen. Iedereen vindt begrijpelijke en heldere teksten prettig.

Soms denken mensen dat eenvoudig schrijven hetzelfde is als kinderlijk of betuttelend schrijven. Je neemt de lezer serieus 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 zinnen met maximaal 15-20 woorden. Als je schrijft voor laaggeletterden is het aan te raden de zinnen nog korter te maken: maximaal 10-12 woorden. Zorg altijd voor samenhang, ook als je heel korte zinnen schrijft. Gebruik op passende plekken verbindingswoorden (zie hierna). Varieer als het kan ook met zinslengte. Een tekst met afwisselende zinslengte houdt de lezer beter geboeid dan een tekst met zinnen van min of meer gelijke lengte.

### Gebruik verbindingswoorden

Door korte zinnen kan de samenhang tussen de zinnen verdwijnen. Een gebrek aan samenhang maakt teksten lastiger te volgen. Uit onderzoek<sup>19,20</sup> weten we dat teksten met

korte hoofdzinnen alleen 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 zonder verbindingswoorden blijken moeilijker leesbaar dan langere zinnen met 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. Een actieve zin is daarentegen veel duidelijker.

**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 ...'.

Vermijd 'als u wilt, dan kunt u..' als je graag wilt dat iemand iets doet.

**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. Ook tussenkopjes zijn vaak duidelijker als je een mini-samenvatting van het antwoord al in de kop geeft.

### 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

Nominalisaties zijn de grote onbekende boosdoener. Het 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 veel concreter en prettiger leesbaar als je nominalisaties vervangt door een onderwerp (wie doet iets) en een werkwoord (wat doet diegene). Vaak blijkt dan dat er extra informatie nodig is om de zin kloppend te maken, waardoor de zin nog duidelijker wordt (waarover beslist iemand? Wat verhoogt iemand?).

Veelgebruikte nominalisaties in teksten over pensioen zijn bijvoorbeeld:

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

**Niet:** Het besluit wordt over twee weken genomen.

**Wel:** Wij besluiten over twee weken of ...[extra informatie]

### 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 of moet je toch per se een afkorting gebruiken? Schrijf deze dan de eerste keer voluit, met daarachter tussen haakjes de afkorting.



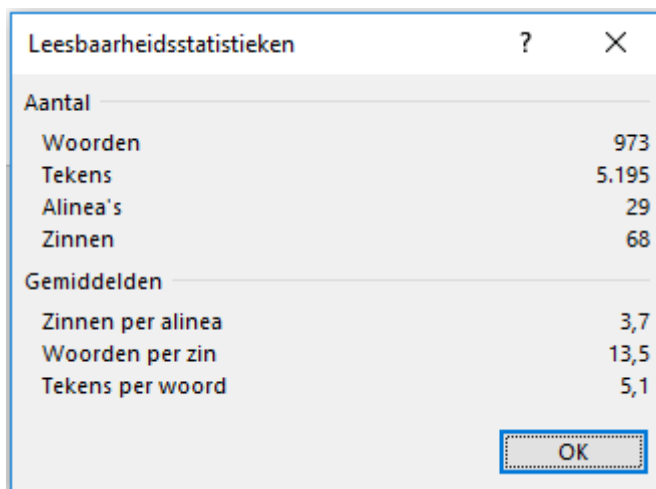
## Beperk het gebruik van verwijswwoorden

Gebruik alleen verwijswwoorden (bijvoorbeeld 'die', 'dat', 'deze', 'hierdoor', 'daardoor') als voor de lezer heel duidelijk is waar de verwijswwoorden naar verwijzen. Verwijswwoorden verlagen de leesbaarheid, zeker als de verwijzing niet volstrekt helder is. Let extra goed op als verwijswwoorden aan het begin van een zin staan. Vaak is niet duidelijk waar ze precies naar verwijzen.

## Check het niveau van je tekst

Er zijn verschillende tools waarmee je statistieken van je tekst kunt bekijken. Het programma 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	
<b>Aantal</b>	
Woorden	973
Tekens	5.195
Alinea's	29
Zinnen	68
<b>Gemiddelden</b>	
Zinnen per alinea	3,7
Woorden per zin	13,5
Tekens per woord	5,1

De statistieken kunnen helpen om snel een beeld te vormen van de leesbaarheid. De leesbaarheid is echter niet alleen afhankelijk van het aantal woorden per zin of de gemiddelde lengte van een woord.

## AI kan helpen

Tijdens een hackaton op 10 februari dit jaar is een prototype van een app bedacht, die brieven in een handomdraai vereenvoudigt. De app vat samen 'van wie komt deze tekst', 'waar gaat het over' en 'wat moet je doen'. Veelbelovend voor de toekomst en

waarschijnlijk een mooie hulp om teksten te herschrijven. De meerwaarde voor een schrijver zit hem vooral in de slag die grammaticaal op de teksten wordt gemaakt, het clusteren van boodschappen en het weglaten van dubbelingen. Mocht de app binnenkort beschikbaar komen, probeer hem uit (ga ik zeker doen!) en blijf goed opletten wat precies de hoofdboodschap is en de opdracht die je geeft.

De afgelopen tijd heb ik geëxperimenteerd met het gebruik van AI om nieuwe teksten op te stellen. Helaas is op dit moment de database met heldere teksten over pensioen in het Nederlands nog te klein om zinnige en concrete teksten te kunnen maken over specifieke onderwerpen op het gebied van pensioen. De ontwikkelingen gaan echter zo snel, dat in de volgende editie van dit document AI vast een prominente rol krijgt.

### **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 15 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 ervoor 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 op dat de alinea direct duidelijk antwoord geeft op de vraag.

Wees niet creatief met je koppen. Het hoeven geen 'teasers' te zijn. Maak 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. 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

Aandacht voor de opmaak is altijd belangrijk. Onderstaande tips kunnen helpen een uiting voor laaggeletterden beter leesbaar te maken.

#### Algemene tips

- 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. Je kunt daarom overwegen elke zin op een nieuwe regel te beginnen. Let wel op: dit is een opmaak die mensen die goed kunnen lezen storend vinden.
- 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.

serifs  
Text Text

Serif Font

Sans Serif Font

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.<sup>21</sup>

### 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's<sup>22</sup>. 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 het pictogram en het pictogram zelf kennen.<sup>23</sup> Een test onder groenwerkers met leesproblemen liet zien dat een uiting niet beter gewaardeerd en begrepen werd als de uiting pictogrammen bevatte.<sup>12</sup>

### Presenteer bedragen en numerieke informatie op een duidelijke manier

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

Moeten mensen kiezen? Dan wordt er regelmatig gewerkt met defaults. De default is de standaardoptie, waar je terecht komt als je geen actieve keuze maakt. Mensen kunnen ook zelf voor deze default kiezen, dan is een bewuste keuze voor de standaard optie.

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 redenen, in een bepaalde default terecht komt. 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.

Wat bijzonder is, is dat het moment waarop je pensioen ingaat, de enige optie is – voor zover ik weet – die geen default heeft. Het pensioen gaat niet vanzelf in als je geen keuze maakt. Pas als je de uiterste leeftijd hebt bereikt (vaak 5 jaar nadat je voor het eerst AOW krijgt) kun je niet meer kiezen. De communicatie is soms zó opgezet, dat het lijkt alsof een bepaalde leeftijd de default is. Mensen krijgen dan bijvoorbeeld een half jaar voor zij AOW krijgen of de richtleeftijd bereiken een brief met de melding dat ze hun pensioen aan kunnen vragen. In dat geval zouden mensen al eerder aangemoedigd kunnen worden om na te denken over wanneer zij hun pensioen in willen laten gaan en hoe zij hun pensioen dan aanvragen. Zo voorkom je dat mensen ‘passief’ op het formulier gaan wachten dat het fonds opstuurt, vanuit de veronderstelling dat ze zelf niks in de melk te brokkelen hebben.

### **Werk met klantreizen die eenvoudig te doorlopen zijn**

Klantreizen (of ‘customer journeys’) zijn de afgelopen jaren steeds hoger op de agenda van pensioenfondsen en verzekeraars komen te staan. Het gaat om het uitdenken van alle stappen in een proces vanuit het perspectief van degene die het proces doorloopt. Vaak worden de grote processen, zoals de start van de opbouw en het aanvragen van het pensioen, als eerste onder handen genomen.

Uiteindelijk kun je voor elk proces (hoe simpel of ingewikkeld ook) de benodigde en wenselijke stappen doordenken. Zo zet je een klantreis op die eenvoudig en logisch te doorlopen is. Stel jezelf per proces of gevraagde actie de volgende vragen:

- 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? (‘wat gaat er gebeuren als ik hierop klik?’)
- Zijn alle stappen die nodig zijn voor de actie ook door laaggeletterden goed uit te voeren?
- Kun je iets fout doen? En zo ja, wat zijn de consequenties? Hoe en wanneer is duidelijk dat je iets fout doet? Of dat het procesmatig gezien goed gaat, maar niet zoals je wilt? En is de actie dan te herstellen?

- Is een keuze of klik definitief? Of is kun je eerst iets bekijken? En is duidelijk of het om oriënteren of een definitieve keuze gaat? Knoppen kunnen eng zijn als je niet weet wat er gebeurt.
- 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 heet ook wel 'inclusive design'. 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.

Als je rechtstreeks mensen spreekt over een tekst, kan de 'teach-back methode' handig zijn. Die werkt met 4 en eventueel 5 stappen:

1. Je laat de tekst lezen
2. Je legt uit wat je wilt: 'ik wil zeker weten dat ik het goed vertel. Kun jij mij helpen en uitleggen wat hier staat?'
3. Degene tegenover je vertelt wat hij of zij gelezen heeft, in eigen woorden.
4. Je noteert wat iemand direct begrijpt en spontaan terugkoppelt. Je kunt doorvragen op onderdelen die iemand niet spontaan genoemd heeft. ("wat staat hier volgens jou?"). Belangrijk is dat je geen zaken uitlegt of degene tegenover je alvast op pad helpt. Sta ook open voor onverwachte gedachten of een uitleg die in jouw ogen onlogisch is. Luister dan juist goed en vraag waarom iemand dat denkt. Je krijgt zo inzicht in iemands mentale plaatje en de bril waardoor iemand de tekst leest.
5. Kan degene tegenover je niets meer vertellen en klopt de uitleg niet goed. Dan kun samen uitzoeken welke alternatieve uitleg wel duidelijk is. Check goed dat de ander je echt begrijpt en geen sociaal wenselijke antwoorden geeft ('ja, nu snap ik het'). Blijf de teach-back methode gebruiken. Vraag

dus steeds terug te koppelen in eigen woorden. Stel eventueel een test vraag om uit te zoeken of iemand het echt begrepen heeft.

### **Test je een tekst voor laaggeletterden? Maak dan 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.



## 6. Communiceren over de nieuwe regels voor pensioen

De nieuwe regels voor pensioen brengen een flink aantal uitdagingen met zich mee. Ook op het gebied van communicatie. Het is een terrein waar veel specialisten momenteel mee bezig zijn. Op het moment van schrijven van deze editie worden veel inzichten gebundeld en gedeeld met elkaar via allerlei werkgroepen en platforms. In dit hoofdstuk een samenvatting van de belangrijkste inzichten tot nu toe.

### Mensen hebben geen zin om ‘ons verhaal’ te horen.

Lezers vinden een uitleg over de nieuwe regels snel te gedetailleerd. Of ronduit saai. De meeste mensen waren eigenlijk maar in één ding geïnteresseerd: ‘wat betekenen deze regels voor mij?’ Hiermee bedoelen ze vooral: wat betekent dit voor mijn eigen pensioen, in euro’s? Gaat die omhoog, omlaag of blijft mijn pensioen gelijk?

Het lastige is dat we die vraag niet goed kunnen beantwoorden op het moment dat mensen dat willen weten, namelijk voorafgaand aan de transitie. En ook achteraf is het lastig om aan te geven of iemand erop voor- of achteruit gaat. Het zijn twee verschillende systemen, die je niet één op één naast elkaar kunt leggen.

Belangrijke vragen voor nu als het gaat om eenvoudig communiceren zijn:

- Wat kunnen we en wat moeten we vertellen als het om de nieuwe regels gaat? Welke elementen zijn essentieel om de basis van pensioen (te blijven) begrijpen? En wanneer gaat het om zaken ‘onder de motorkap’?
- Hoe ga je om met de onderdelen die verplicht gecommuniceerd moeten worden en technisch van aard zijn?
- Wat doen we met nieuwe termen, zoals de solidaire en flexibele premiereregeling, solidariteitsreserve en invaren?
- Hoe communiceer je op zo’n manier over pensioen binnen de nieuwe regels dat de ander echt geholpen is en begrijpt wat hij of zij kan doen?

Binnen de pensioensector zijn de communicatiespecialisten het erover eens dat eenvoudig communiceren belangrijk is, juist nu er nieuwe regels komen. Zoals het er naar uitziet komen er alleen maar meer zaken waarover verplicht gecommuniceerd moet worden. Het belangrijk dat in eenvoudige taal te doen en goed na te denken over wat je actief onder de aandacht brengt en wat je beschikbaar stelt, bijvoorbeeld via een website.

Een mooie stap is dat de pensioenfondsen gezamenlijk het document ‘Onze taal op groen’ hebben opgeleverd, met een aantal termen die bij voorkeur wel en niet gebruikt worden. Het document wordt de komende tijd verder uitgewerkt en aangevuld.

### **Ga uit van een zeer basaal kennis- en taalniveau**

Wat geldt voor pensioen in het algemeen, geldt ook voor de nieuwe regels. De meeste mensen kunnen informatie over het nieuwe stelsel niet goed plaatsen en geven er een eigen betekenis aan. Teksten over de uitwerking van het Pensioenakkoord, de Wet Toekomst Pensioenen en nieuwe regelingen zijn snel te moeilijk.

Wees kritisch op abstracte formuleringen en concepten die wel bekend zijn in de financiële wereld, maar niet bij de 'gewone burger'. Vraag je bij iedere term of formulering af wat het betekent of doet voor de doelgroep.

Uit het onderzoek blijkt dat respondenten regelmatig spontaan aangeven dat zij nóg eenvoudiger teksten verwachten, terwijl teksten al zeer eenvoudig waren opgesteld. Men vindt een tekst snel te lang. Dit geldt zeker als het onderwerp ook nog eens complex is.

Wat verder uit onderzoeken naar voren kwam:

- De relatie tussen premie en aanspraak wordt door veel mensen niet begrepen.
- De doorsneesystematiek wordt door vrijwel niemand begrepen (op verschillende manieren geformuleerd). Uitleggen waarom de doorsneepremie is afgeschaft of wat de nieuwe systematiek behelst, is daarom bijna altijd te hoog gegrepen.
- Een eenvoudige term als 'de nieuwe regels voor pensioen' krijgt verhoudingsgewijs veel positieve reacties. Deze term is inmiddels breed overgenomen en wordt gebruikt in plaats van 'het nieuwe pensioenstelsel' en de Wet toekomst pensioenen.
- Een veelgehoorde reactie na een eenvoudige uitleg van de nieuwe regels is 'dat is nu toch ook al zo?'
- Wat vaak gezien wordt als 'belangrijk' of nodig om uit te leggen, wordt niet zo gezien of vindt men te moeilijk.

### **Maak duidelijk voor wie een uitleg of uiting bedoeld is.**

Het woord 'pensioen' wordt door veel mensen automatisch gekoppeld aan gepensioneerd zijn, niet aan werkenden. Het is dus zinvol om expliciet te maken voor wie een tekst bedoeld is. Juist als het om de nieuwe regels en de effecten van de nieuwe regels gaat. Zelfs als je iemand rechtstreeks aanspreekt, komt de informatie niet automatisch goed over. ('Dit geldt niet voor mij, want ik krijg nog geen pensioen'). Bedenk bij het schrijven dus hoe je de tekst kunt opvatten, vanuit alle mogelijke perspectieven.

### **Wat wel en wat niet actief communiceren**

Vraag je steeds af wat de boodschap is die je afgeeft. Hoe meer details je communiceert, hoe groter de kans dat je te veel informatie geeft en er 'informatie overload' ontstaat. Houd steeds voor ogen 'waarom zou iemand dit moeten weten? 'What's in it for them?' Behalve informatie overload is ook een reputatierisico: met te veel informatie die niet relevant is, draag je bij aan het beeld dat je niet goed weet welke vragen er echt leven en

wat mensen kunnen begrijpen. Detailinformatie kun je vaak prima online zetten (ook in duidelijke taal) of aanbieden via bijvoorbeeld een webinar voor de echt geïnteresseerden.

Sommige mensen vragen zich af of ze pensioen gaan kwijtraken. En of een uitvoerder fouten kan maken bij het omzetten van de pensioenen. Die zorgen kun je adresseren. Je kunt ook op hoofdlijnen vertellen hoe zoiets werkt. Dat we dit niet zomaar doen, maar het goed voorbereiden en alles dubbelchecken. En als er een foutje ontdekt wordt, zetten we dat natuurlijk zo snel mogelijk recht.

### **Eenvoud leidt tot begrip. Begrip leidt tot doorvragen.**

Als de boodschap die je actief onder de aandacht brengt eenvoudig en compact is, is de kans groter dat de ander die boodschap begrijpt. Begrip leidt vervolgens tot het stellen van vragen, zo bleek uit interviews. Dat iemand vragen heeft, kun je op twee manieren opvatten. Je zou kunnen denken ‘dan hebben we dus niet alles verteld’. Dat klopt. Maar je kunt niet alles vertellen. En zou je dat wel doen, dan geef je veel te veel informatie in één keer. De andere opvatting is dat je iemand prikkelt en ‘aanzet’. Je raakt een snaar bij iemand en diegene gaat in zijn hoofd aan de slag met het onderwerp. Daardoor ontstaan vragen (want je hebt niet alles verteld). Iemand die zelf vragen stelt en antwoord zoekt, verwerkt de informatie die hij krijgt grondiger en is meer gemotiveerd om (de rest van) het verhaal te begrijpen. Dat is alleen maar goed! De route waarbij je iemand als het ware verleidt om na te denken over pensioen blijkt veel effectiever dan de route waarbij je in één keer het complete verhaal aanbiedt.

De antwoorden op de vragen die mensen stellen (eerst testen!) kun je aanbieden via een doorklik of een verwijzing naar andere middelen. Dit verwijzen luistert nauw. De verwijzingen moeten concreet zijn en in het geval van een link een duidelijke en logische naam hebben.

### **Probeer nieuw jargon te vermijden**

Ondanks alle pogingen om te voorkomen dat er nieuwe termen worden geïntroduceerd, zijn ze toch bedacht. We hebben te maken met een solidariteitsreserve, toedelingsregels en een flexibele en solidaire premiereregeling. In hoofdstuk 7 staan verschillende termen met een alternatief.

Verder is het misschien verleidelijk om – uit oogpunt van transparantie – teksten op te stellen die uitleggen wat er achter de schermen gebeurt. “Wij voeren een risicopreferentieonderzoek uit, omdat ...”. “Dit is de risicohouding die wij hebben vastgesteld voor uw cohort”. Et cetera. Bedenk dat het hier een opeenstapeling van abstracties betreft. Stel jezelf de vraag of je deze informatie echt moet of wilt geven en vertaal wat je wilt zeggen naar termen die passen bij de denkwereld van de lezer. Vaak zijn er eenvoudige varianten te maken van dit soort teksten, die prima voldoen aan de eisen die de toezichthouder stelt. Ook kan gelaagd communiceren een oplossing zijn, waarbij de detailinformatie bijvoorbeeld online staat in begrijpelijke taal.

## 7. Termen en begrippen

Gangbare termen en begrippen in de pensioenwereld zijn al gauw te kwalificeren als jargon. Vaak wordt ervan uit gegaan dat deelnemers veelgebruikte termen – zoals premie en opbouw – begrijpen, terwijl dat niet zo is. Een alternatief is een korte omschrijving. Een beschrijvende uitleg in plaats van een term die de lezer niet kent of verkeerd opvat.

### Pensioentaal

Als je erop gaat letten zie je het overal: pensioentaal. Denk aan pensioenbedrag, pensioenkeuze, pensioenberekening en pensioenbetaling. Meestal is de toevoeging ‘pensioen’ niet nodig. Sterker nog: het maakt een tekst alleen maar moeilijker. Is een pensioenbedrag wat anders dan gewoon een bedrag?

Sowieso maakt een samengesteld woord een tekst onnodig moeilijk. Dit geldt bijvoorbeeld voor woorden als aanvraagformulier of ouderdomspensioen. De betekenis lijkt voor de schrijver duidelijk. Een lezer vraagt zich echter af of ouderdomspensioen hetzelfde is als ‘gewoon’ pensioen. Een ander voorbeeld: “*Dan kunt u dat bij uw pensioenaanvraag aangeven*”. Heel wat lezers vragen zich dan af: wat is mijn ‘pensioenaanvraag’?

Als het combineren van twee woorden een nieuw woord oplevert dat niet gangbaar is in de dagelijkse taal, is het beter dit nieuwe woord niet te gebruiken. Hoe gewoon je het woord zelf ook vindt. Het argument ‘dat doen anderen ook’ of ‘het is toch heel duidelijk wat we ermee bedoelen’ hoor je nogal eens als het om dit soort woorden gaat. Voor wie dat herkent: zet die argumenten opzij. Mensen haperen bij het lezen, omdat ze het woord niet kennen en de betekenis ervan moeten bedenken. Hoe voor de hand liggend de betekenis ook is: het kost tijd en energie bij de lezer die je liever voor wat anders bewaart.

### 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 lezer 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**’? Het is niet zoals bij knikkers: het woord ruilen kan verkeerde verwachtingen wekken.

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 vermeden 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. Het leerpunt was dus dat je goed moet weten wat iemand al weet en begrijpt en daar met de tekst op aansluit.

### **Verwachting, inschatting?**

Op dit moment wordt vaak de term ‘verwacht pensioen’ gebruikt. Er zitten echter wat haken en ogen aan deze term. Mogelijk koppelen mensen de term aan een zekerheid die er niet is. Alsof je zegt ‘je mag hiervan uitgaan’. Het lastige is dat mensen natuurlijk érgens vanuit moeten gaan; je communiceert een bedrag niet voor niets. Maar je wilt ook niet dat mensen denken dat ze dat bedrag vrijwel zeker krijgen (behalve als ze hun pensioen laten ingaan). Het is de vraag wat een goed alternatief is. Je zou kunnen zeggen: ‘ingeschat pensioen’. Of ‘inschatting van uw pensioen’. Maar ook aan deze term kleven nadelen. Een inschatting associëren mensen met ‘heel onzeker’, blijkt uit onderzoek. Helaas dus geen antwoord op de vraag wat een goed bruikbare term is. In sommige teksten is het misschien mogelijk om een omschrijving te gebruiken: ‘Zoals het er nu naar uitziet, lijkt u uit te komen op ...’. Daarmee maak je duidelijk dat het een momentopname is en een inschatting. Het bedrag zelf label je dan niet.

Andere termen waar we met elkaar goed over na moeten denken:

- Vast en variabel pensioen (vast is vaak niet vast, of wekt verkeerde verwachtingen in verband met inflatie, bij variabel hebben mensen uiteenlopende associaties)
- Koopkracht (moeilijk concept, wel belangrijk. Sommige mensen denken bij koopkracht aan het kopen van pensioen)
- Scenario’s / mooi weer en slecht weer / als het flink mee- of tegenzit

Hierna volgen een aantal termen en suggesties voor een alternatief.

### **Deelnemer**

Vermijd het woord ‘deelnemer’ of ‘gewezen deelnemer’. Spreek de lezer rechtstreeks aan. Of zeg: iedereen met een pensioen bij..

Vermijd ook de term ‘klant’, omdat mensen vaak niet zelf kiezen waar zij pensioen opbouwen en het de associatie oproept met commerciële organisaties. Als je wilt laten zien dat je klantgericht bent, kan dat ook zonder mensen een klant te noemen.

### **Pensioendatum en pensioenleeftijd**

Deze termen zijn hardnekkig jargon. De woorden ‘pensioendatum’ en ‘pensioenleeftijd’ zijn voor meerdere uitleg vatbaar en dragen door de manier waarop ze gebruikt worden bij aan het misverstand dat je niets te kiezen hebt.

Dat komt onder andere doordat deze term ook gebruikt wordt om de AOW-leeftijd aan te duiden. Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen de AOW en pensioen. Met de Sociale Verzekeringsbank is afgesproken dat zij de term AOW gebruiken (dus niet de term 'pensioen') en dat het pensioen dat iemand via zijn werkgever opbouwt 'pensioen' heet. Omdat veel mensen - vooral jongeren - het verschil tussen pensioen via je werk en de AOW via de overheid niet kennen, is het handig om die twee soorten uitkeringen goed uit elkaar te houden. Ook met het oog op het volgende.

Veel mensen denken dat je pensioen vanzelf ingaat als je AOW krijgt of nog later, op de reglementaire leeftijd. Men denkt ook dat je niet eerder mag of kan stoppen. De termen 'pensioenleeftijd' en 'pensioendatum' wekken de associatie op dat het om een vaststaand gegeven gaat. Veel mensen houden vast aan dat idee, zelfs als je erbij aangeeft dat iemand kan 'vervroegen' of 'uitstellen' (zie pagina 9 voor een uitleg waarom 'vervroegen' en 'uitstellen' dit misverstand alleen maar versterkt).

Vermijd de termen en wees specifiek: noem expliciet de data en de leeftijden waar het om gaat. Houd voor ogen dat de leeftijd waarop het pensioen ingaat (de pensioendatum) een keuze is. Daarom is het aan te raden om altijd – liefst zelfs voorop - te melden dat je zelf kiest wanneer je je pensioen laat ingaan.

Schrijf bij voorkeur dat je het pensioen 'laat ingaan' in plaats van 'met pensioen gaat'. Als je stelt dat je je pensioen laat ingaan, benadruk je namelijk dat het om een handeling gaat, een actie. 'Met pensioen gaan' associëren veel mensen met stoppen met werken. Dat klopt natuurlijk in de meeste gevallen, maar dat is niet waar het om gaat als je je pensioen aanvraagt. Iemand moet in actie komen en keuzes maken.

Wil je in een tekst iets zeggen over de reglementaire richtleeftijd? Bedenk dan wat je precies wilt zeggen. De richtleeftijd is in ieder geval niet de leeftijd waarop je pensioen standaard ingaat. Sommigen zullen nu hun wenkbrauwen fronsen, omdat dit jaren gangbaar was om te zeggen. Bedenk dat er niets automatisch gebeurt (je zult het echt zelf moeten aanvragen) én het levert zoals gezegd alleen maar misverstanden op.

**Niet:** Pensioenleeftijd

**Wel:** Het moment waarop u uw pensioen laat ingaan.

**Wel:** U bepaalt zelf wanneer u uw pensioen laat ingaan. We hebben voor u uitgerekend wat u naar verwachting krijgt als u uw pensioen tegelijk met uw AOW laat ingaan.

**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. Sommigen denken dat de toevoeging ‘ouderdom’ duidelijk maakt dat het niet om het nabestaandenpensioen of arbeidsongeschiktheidspensioen gaat. Zo denken mensen echter niet. In de volksmond heet het gewoon ‘pensioen’ en zorgt de toevoeging ‘ouderdom’ alleen maar voor een onnodig samengesteld woord, dat ook nog eens negatieve associaties oproept.

### **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.

Houd er rekening mee dat veel mensen het partnerpensioen niet zien als pensioen. Zie ook het punt hiervoor. De uitleg is nodig om duidelijk te maken dat het om een uitkering gaat die de partner ná overlijden krijgt en niet tegelijk met het pensioen van de partner uitgekeerd wordt.

### **Pensioen inkopen**

Het woord ‘inkopen’ doet denken aan winkels en commercie. Dit kan passend zijn als de aanbieders van pensioen commerciële instellingen zijn. Zijn het echter non-profit

organisaties? Dan lijkt een term als ‘kapitaal omzetten’ logischer en begrijpelijker.

Bijvoorbeeld:

*Als u uw pensioen laat ingaan, zetten we het kapitaal dat u heeft opgebouwd om in een maandelijks pensioen.*

Of, als er ‘shoprecht’ (ook een term die rechtstreeks refereert aan winkels en commercie) is:

*Verschillende organisaties kunnen het kapitaal voor uw pensioen omzetten in een maandelijks pensioen. De organisatie die u kiest betaalt u daarna elke maand een pensioen, zolang u leeft.*

Mogelijk kun je hier ook goed de term ‘waarde van de beleggingen’ gebruiken. Je hoeft dan de term ‘inkopen’ helemaal niet te gebruiken. Bijvoorbeeld:

*De hoogte van uw pensioen hangt onder andere af van de waarde van de beleggingen.*

### **Pensioen invaren**

Het woord ‘invaren’ is zelfs buiten de sector een ongebruikelijke term en jargon uit de scheepswereld. Een eenvoudiger alternatief is bijvoorbeeld ‘pensioen omzetten’. Gebruik deze formulering bij voorkeur met een uitleg, bij voorbeeld:

*We zetten op 1 januari het pensioen dat u heeft opgebouwd in de huidige regeling om naar een kapitaal in de nieuwe regeling.*

### **Pensioenpot versus kapitaal of vermogen**

De ideeën over de benaming van het kapitaal of vermogen lopen op het moment van het opstellen van dit document wat uiteen. Waar de één voorstander is van ‘pensioenpot’, omdat dit een eenvoudig en laagdrempeliger woord is, geeft de ander de voorkeur aan ‘kapitaal’ of ‘vermogen’. Uit een onderzoek kwam een lichte voorkeur voor de term ‘pensioenpot’ naar voren. Sommigen vinden dit echter ook een term die wat kinderachtig overkomt. Het nadeel van ‘vermogen’ is dat het ook een andere betekenissen heeft en bij sommigen de associatie met grote sommen geld oproept. De term ‘kapitaal’ lijkt wat neutraler en minder gekoppeld aan de hoogte van het bedrag. Bij ‘pensioenpot’ maakten sommige mensen zich zorgen of deze leeg kon raken.

Verzekeraars werken met ‘de waarde van de beleggingen’. Dit lijkt een goed bruikbaar alternatief. Deze term kan niet goed gecombineerd worden met ‘opbouwen’. De metafoor ‘opbouwen’ lijkt hoe dan ook minder bruikbaar als de nieuwe regels van kracht zijn. Mocht de waarde van de beleggingen dalen, dan is het hele idee van iets ‘opbouwen’ niet goed overeind te houden. Waar we nu vaak zeggen ‘je bouwt elk jaar een deel van je pensioen op’, zou je bijvoorbeeld het volgende kunnen zeggen:

Jij en je werkgever leggen samen geld in voor je pensioen. Het pensioenfonds belegt dat geld voor je. We doen dat heel zorgvuldig. Je kunt op ieder moment zien wat de waarde is van de beleggingen. En welk pensioen het naar verwachting oplevert.

We gaan de komende jaren ervaring opdoen met de voor- en nadelen van de verschillende termen en welk term goed waarvoor gebruikt kan worden.



## **Pensioenregeling**

Misschien moeilijk voor te stellen, maar weinig mensen kunnen uitleggen wat een pensioenregeling is. Of wat is geregeld met een pensioenregeling. Daarom is het zinnig om af te vragen of het echt nodig is het woord 'pensioenregeling' te gebruiken. In sommige gevallen kun je echter niet om de term heen en is het woord niet goed te vervangen door een eenvoudiger alternatief. Een alternatief kan zijn: 'afspraken over het pensioen van [doelgroep]'.

## **Pensioenstelsel**

Politiek, media en pensioenfondsen gebruiken deze term vaak, maar weinig mensen begrijpen wat ermee bedoeld wordt. En wees eerlijk: stel dat iemand op straat aan jou zou vragen: 'vertel mij eens wat een pensioenstelsel is', wat zou je dan antwoorden? Een eenvoudiger alternatief, waarbij mensen meer concrete associaties hebben is 'regels voor pensioen'.

## **Premie**

De term premie wordt veel gebruikt, maar levert voor de lezer dikwijls problemen op. Veel respondenten weten niet dat zij samen met hun werkgever betalen voor hun pensioen. Daarnaast hebben veel mensen geen duidelijk beeld bij de relatie tussen de premie die zij betalen en het pensioen dat zij later ontvangen. Dit beeld biedt ruimte aan de gedachte dat er straks niks meer is. Ook wordt de term 'premie' geassocieerd met verzekeringen en zekerheid.

Een alternatief is 'inleg' of nog eenvoudiger 'geld voor je pensioen'. Benoem - waar passend - dat je samen met de werkgever geld inlegt voor je (eigen) pensioen. Deze formulering maakt het mogelijk ook de rol van de pensioenuitvoerder scherper neer te zetten ('het pensioenfonds belegt het geld dat jij en je werkgever samen inleggen').

Het werkwoord betalen lijkt ook bij te dragen aan misverstanden. Uit onderzoek blijkt dat mensen het woord 'betalen' associëren met het kwijtraken van geld. Daarom is in bovenstaande voorbeelden bewust gekozen voor 'inleggen'.

## **Solidariteitsreserve / Risicodelingsreserve**

Dit is stevig jargon dat waar mogelijk vermeden moet worden. Gebruik eenvoudig 'reserve' en eventueel met een uitleg erbij: [...] voor het opvangen van tegenvallers.

## **Andere termen, met een alternatief**

**(deze lijst is ook opgenomen in het document 'Onze taal op Groen', enkele termen zijn aangescherpt):**

**Beleggingsmix**  
**Beleggingsprofiel**

Soorten beleggingen  
De manier van beleggen die bij u past / de manier waarop we voor u beleggen

Beschermingsredement	Te technisch, niet gebruiken
Cohort	Zie 'leeftijdscohort'
Collectieve waardeoverdracht	Alle pensioenen die nog bij [..] stonden, zijn omgezet naar een pensioen bij [...]
Defensief (beleggen)	Minder risico nemen. Uw pensioen schommelt daardoor minder. Uw pensioen valt naar verwachting wat lager uit dan wanneer we meer risico nemen. <i>'Schommelen' heeft hier de voorkeur, omdat het hier om een rechtstreeks verband gaat tussen winst/verlies en de hoogte van het pensioen. 'Meebewegen' vereist dat je uitlegt waar het mee meebeweegt.</i>
Derivaten	Te technisch
Doorbeleggen	We blijven het kapitaal dat u voor uw pensioen heeft opgebouwd beleggen als u met pensioen bent. <i>In deze zin heeft het woord 'pensioen' twee betekenissen, een eenvoudig en beter alternatief is welkom!</i>
Exposure	Te technisch, niet gebruiken
Individueel bezwaarrecht	U kunt bezwaar maken tegen [...]
Leeftijdscohort	Groep mensen tussen [..] en [..] jaar (als je een cohort specifiek beschrijft) Groep mensen die ongeveer even oud zijn (als je een cohort in het algemeen beschrijft)
Leenrestrictie (+ opheffen ...)	Te technisch, niet gebruiken
Lifecycle	We nemen steeds minder risico bij het beleggen naarmate u ouder wordt / als u ouder wordt.
Mismatch	Te technisch, niet gebruiken
Neutraal (beleggen)	Gemiddeld risico nemen.
Offensief (beleggen)	Meer risico nemen. Het pensioen dat u kunt verwachten valt daardoor naar verwachting hoger uit dan wanneer we weinig risico nemen. Het pensioen kan echter ook lager uitvallen.
Opbouwfase	Terwijl ( <i>of zolang</i> ) u werkt en samen met uw werkgever geld inlegt voor uw pensioen.
Overrendement	Te technisch
Premieniveau	Hoogte van de inleg / premie
Projectierendement	Te technisch.
Renteafdekking	Te technisch, niet gebruiken
Risicohouding	Omschrijven, bijvoorbeeld: we nemen bepaalde risico's als we beleggen. Dat doen we omdat we verwachten dat het voor u uiteindelijk meer

Toedelingshoogte  
Toedelingsregels  
Uitkeringsfase  
Uitkeringsvorm

pensioen oplevert dan wanneer we geen enkel  
risico nemen.

Te technisch, niet gebruiken

Te technisch, niet gebruiken

Als u pensioen krijgt

Te technisch, niet gebruiken

## 8. Verwijzingen

---

- 1 Buisman, M., Allen, J., & Fouarge, D. (2013). PIAAC: Kernvaardigheden voor werk en leven. *Journal of Health Economics*, 31(3), 490-501.
- 2 Buisman, M., & Houtkoop, W. A. (2014). *Laaggeletterdheid in kaart*. Eebo, Expertisecentrum Beroepsonderwijs.
- 3 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.
- 4 Fouarge, D. Houtkoop, W. & Velden, R. van der (2011). *Laaggeletterdheid in Nederland*. ECBO, 's Hertogenbosch/Utrecht.
- 5 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).
- 6 Wilson, F.L., Brown, D.L. & Stephens-Ferris, M. (2006). Can easy to read immunization information increase knowledge in urban low-income mothers? *Journal of Pediatric Nursing* 21 (1), 4-12.
- 7 Fajardo, I., Avila, V., Ferrer, A., Tavares, G., Gómez, M. & Hernández, A. (2014). Easy to read texts for students with intellectual disability: linguistic factors affecting comprehension. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities* 27, 212-225.
- 8 Keizer, M. (2018). *Lezen ≠ Begrijpen: onderzoek naar leesvaardigheid onder mensen met financiële problemen*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- 9 Nielsen, J. (2005). *Lower-Literacy Users: Writing for a Broad Consumer Audience*. Retrieved 6 December, 2010, March 14, 2005.
- 10 Wicks, R. H. (1992). Schema theory and measurement in mass communication research: Theoretical and methodological issues in news information processing. In S.A. Deets (Ed.), *Communication Yearbook*, 15 (pp.115-145). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- 11 Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63(2), 81-97.
- 12 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)
- 13 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
- 14 Stichting Lezen en Schrijven, 2015. *Laaggeletterden, achterblijvers in de digitale wereld?*
- 15 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).

- 16 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.
- 17 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).
- 18 Onrust, M. G. (2013). Vermijd de naamwoordstijl! Een houdbaar schrijfadvis?. *Over Taal*, 52(4), 104-106.
- 19 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
- 20 Kleijn, S. (2018) Clozing in on readability: How linguistic features affect and predict text comprehension and on-line processing. Proefschrift Universiteit Utrecht.
- 21 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).
- 22 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).
- 23 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