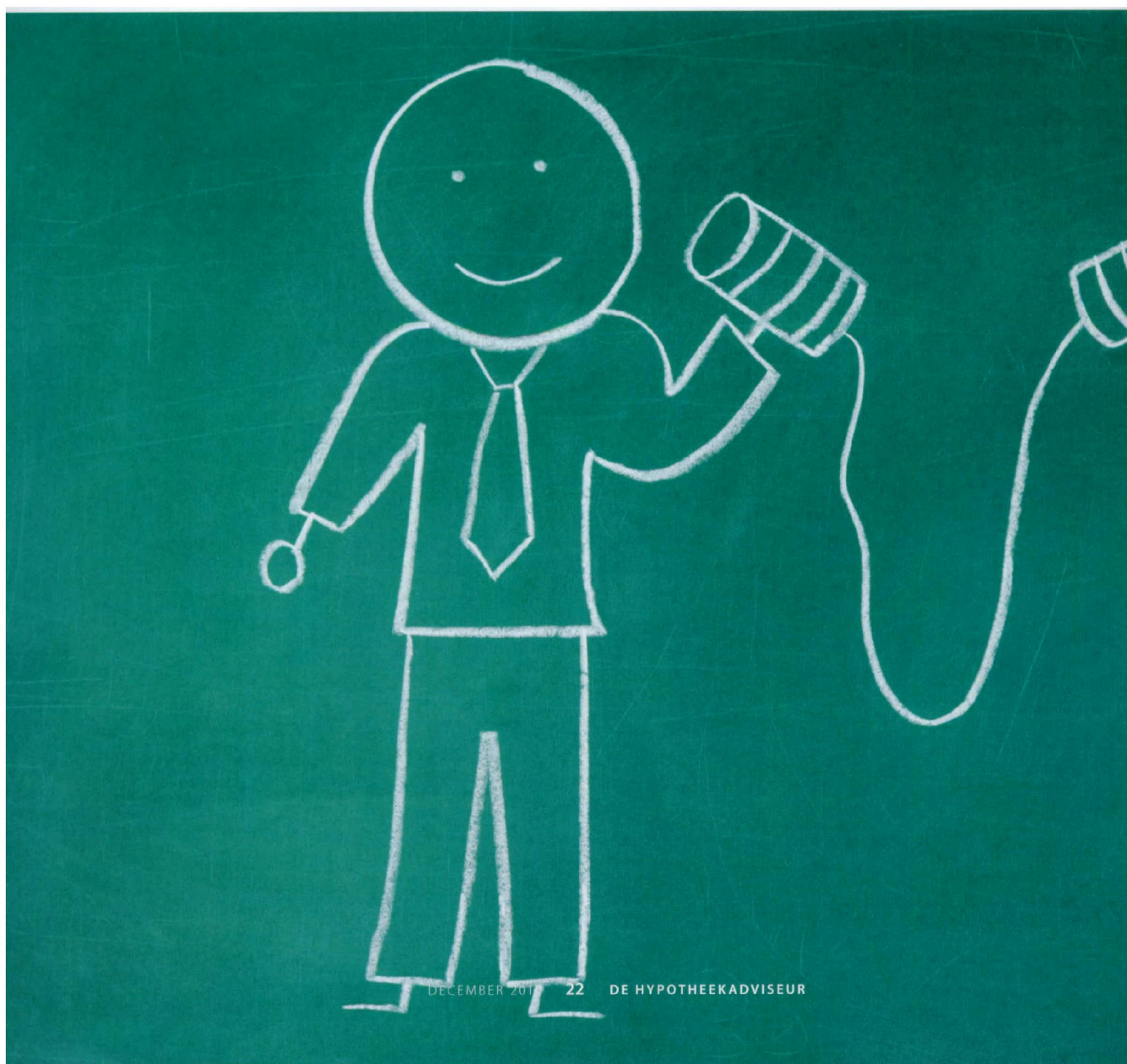
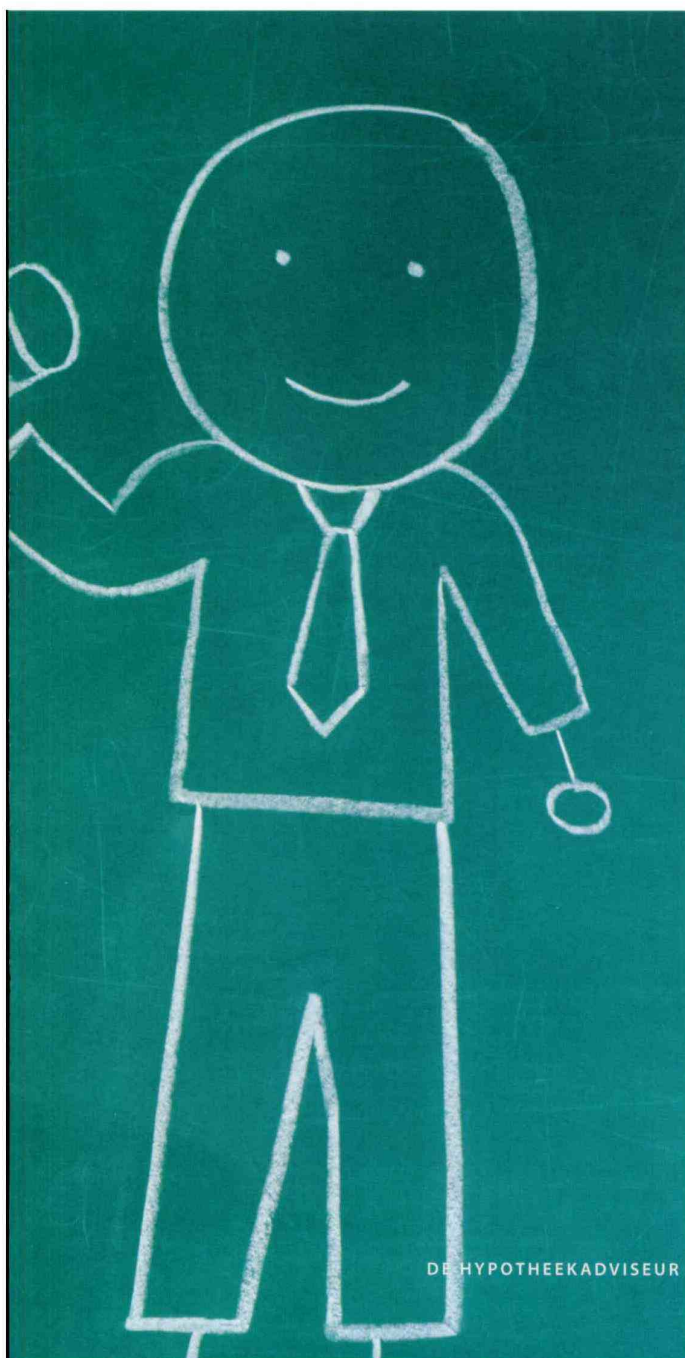


Banken en verzekeraars starten **Jip en Janneke willen**



transparantieoffensief een hypotheek



Meer dan ooit proberen banken en verzekeraars in een begrijpelijke taal met hun klanten te communiceren. Weg met de kleine lettertjes. Op naar de korte zinnestjes. Maar wil de klant wel door zijn hypotheekadviseur worden toegesproken alsof hij een klein kind is?

DOOR: ROSALI DE HART

Als beginnend hypotheekadviseur kon je vroeger je onwetendheid nog wel eens maskeren met bluf. Je overdonderde de klant met dure woorden en trok een moeilijk gezicht. Net zolang tot de klant geen lastige vragen meer stelde, maar zuchtend een krabbeltje zette om van het gezeur af te zijn. Zo gaat het allang niet meer. De kredietcrisis, de pensioenproblematiek en al die andere problemen en uitwassen in de financiële dienstverlening hebben de autoriteit van de adviseur naar beneden gehaald. De klant laat zich niet meer zomaar wat aanpraten. Wil hij een financieel product, dan verlangt hij heldere informatie. Vindt hij die niet bij bank of verzekeraar, dan wel op Twitter of elders bij zijn *peers* op het internet. In het ergste geval vertrekt hij naar de concurrent. Onder druk van de Wft en de toenemende concurrentie werkt de financiële dienstverlening aan een cultuuromslag. Al wordt aan de oprechtheid ervan getwijfeld. Banken en verzekeraars -ooit berucht om de kleine lettertjes- onderwerpen hun voorwaarden aan een Jip en Janneke-test. Zo huurt Stichting Toetsing Verzekeraars het Taalcentrum van de

Vrije Universiteit in. Die moet brieven van verzekeraars die een Keurmerk Klantgericht Verzekeren willen, beoordelen op begrijpelijkheid. En SNS Bank en ABN Amro sturen medewerkers massaal op taal cursus om te leren communiceren.

'Je hoort klanten wel eens zuchten als ze de informatie lezen'

Online panel

ABN Amro vond haar offertes en brochures niet altijd even makkelijk leesbaar. Ook klanten wezen de bank daarop in het online panel. 'Financiële producten zijn soms behoorlijk ingewikkeld', aldus woordvoerder Laura van Lingen. 'Je hoort klanten wel eens zuchten als ze de informatie lezen. Als er teveel moeilijke woorden in staan, raak je ze kwijt'. De communicatie wordt nu 'simpeler en laagdrempeliger'. De bank hoopt eind dit jaar klaar te zijn met het herschrijven van de informatie over hypotheek. De spaarvoorwaarden zijn al herschreven. 'Alles wordt aangepast', aldus Van Lingen. 'Het gaat vaak om woorden waar wij makkelijk over-

heen lezen. Vakjargon bijvoorbeeld. Een term als "kwartaalrente" schrijven we nu uit.'

Ook Rabobank Nederland werkt op dit moment aan de begrijpelijkheid van hun hypotheekoffertes. 'Een hypotheek is voor een klant een afgeleide behoefte, een noodzakelijk kwaad', aldus Isabel van Amelsvoort, assortimentsmanager Wonen bij Rabobank Nederland en voormalig hypotheekadviseur. De hoeveelheid documenten en de terminologie die daarbij komt kijken, schrikt af. Vooral bij starters. 'Wij merken dat niet opleidingsniveau bepalend is of een klant een tekst begrijpt, maar interesse en ervaring. Er is een enorm verschil in kennisniveau bij doorstromers, of starters'. De folders en offertes worden nu aangepast aan de belevingswereld van de klant. 'Een term als "vergoedingsrente" is vanuit de bank gereedeneerd. Nu staat er "boete", want dat is het voor de klant.'

B-1 niveau

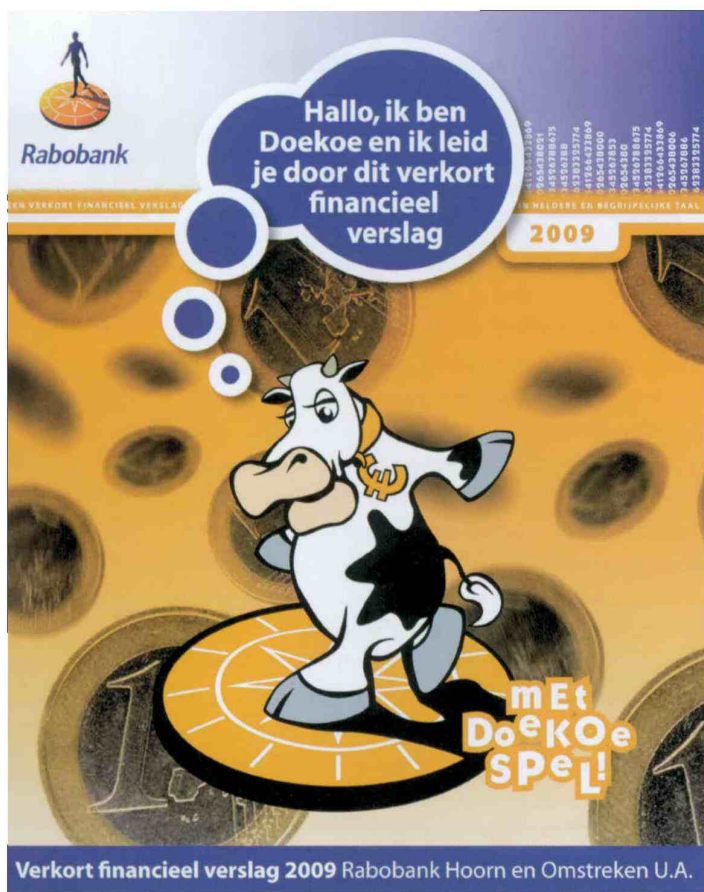
In Nederland zijn naar schatting anderhalf miljoen volwassenen laaggeletterd. Dat zijn mensen die nauwelijks kunnen lezen of schrijven vanwege hun beperkte woordenschat. Volgens de makers van de Slimme Nieuwslezer -een computerprogramma waarmee laaggeletterden de krant kunnen lezen- is een woordenschat van 2000 woorden het absolute minimum om eenvoudige krantenberichten te kunnen begrijpen. In de praktijk kun je met zo'n woordenschat niet functioneren. Ter vergelijking: een hoogopgeleide Nederlander heeft een (passieve) woordenschat van zo'n 60.000 woorden!.

Banken die op dit moment hun folders herschrijven, laten dat doen op het 'B1 niveau'; het taalniveau dat volgens Bureau Taal door 95 procent van de Nederlanders wordt begrepen. Het bestaat uit een lijst met 23.000 woorden. 'Maar het zit hem niet alleen in woorden. Ook zinsconstructies en de vindbaarheid van dingen spelen mee', zegt directeur Wessel Visser.

Eenvoudig taalgebruik is niet bondig. Hoe kleiner de woordenschat, des te meer je moet uitleggen en hoe omslachtiger een tekst wordt. Dat leidt soms tot hilarische beschrijvingen. Want wil je een begrip als 'hypotheek' of 'bank' zo beschrijven dat elke lezer het begrijpt, heb je daar veel woorden voor nodig. Zo trok Rabobank Hoorn er in haar Financieel Jaarverslag 2009 een volledige pagina voor uit om uit te leggen wat een bank is. Het riep de vraag op in de media of we niet doorslaan in eenvoudig taalgebruik.

Doekoe de koe

'Hallo, ik ben Doekoe en ik leid je door dit verkort financieel verslag', zegt een koe op de voorpagina van het financieel jaarverslag 2009 van Rabobank Hoorn. Het vrolijk gekleurde verslag staat vol plaatjes, foto's en eenvoudig geschreven tekstjes. 'Geen Jip en Janneke, maar Doekoe-taal, ofwel



straattaal', vertelt Eric Lücke. De directeur van Rabobank Hoorn werd geïnspireerd om met een ander soort jaarverslag te komen door de kredietcrisis. 'Tijdens de crisis hebben wij voor onze klanten theatersessies georganiseerd. Dat was telkens weer een volle bak. Er gebeurde toen heel veel, met Icesave en het omvallen van de DSB bank. Mensen hadden er behoefte aan om in simpele bewoordingen te horen wat dat is, een kredietcrisis.'

Lücke, die in het onderwijs zat voor hij bankier werd, bedacht met zijn communicatiemanager een verkort financieel jaarverslag in straattaal. 'Als het ons lukt om een kind uit te leggen hoe onze bank werkt, dan lukt het voor iedereen', verklaart Lücke de inzet. 'Maar', zo wist hij toen al: 'we gaan de hele wereld over ons heen krijgen als we dit doorzetten.'

En dat bleek inderdaad het geval. Lücke ontving honderden e-mails. Daar zaten ook negatieve reacties bij. 'Vooral van oudere mensen die niet wisten wat Doekoe was en die de link met straattaal niet begrepen. Ze zeiden: "Ik wil niet als een kind worden toegesproken." Dat is vervelend want dat is nooit de bedoeling geweest. We wilden alleen een statement maken, namelijk: keep it simple.'

Ook uit de financiële hoek volgde kritiek, vooral vanuit de accountancy. Zo wilde de huisaccountant niet in de gimmick meegaan. 'Ernst & Young weigerde ook maar één komma aan te passen in haar tekst. Zo wilde ik "activa" veranderen in "bezittingen", maar zij wilden dat absoluut niet.'

De paar negatieve reacties -zo'n vijf procent- vielen in het niet bij de enorme hoeveelheid enthousiaste mailtjes van klanten, complimenten van de CFO en van concurrenten en -niet onbelangrijk in deze moeilijke tijd- volop positieve aandacht voor de bank in de media. 'We hebben nog een tijdlang scholen bezocht om les te geven over geld. Dat was toch eigenlijk wel het hoofddoel: Ik wil de jeugd binden aan de Rabobank. Want onze leden worden ouder en grijzer.'

Aflossingsvrije hypotheek

Maar hoe zit het met gewone volwassenen? Kun je die met simpel taalgebruik zoals in 'Doekoe de koe' ook van je vervreemden? 'Dit is kindertaal', stelt Wessel Visser van Bureau Taal. 'Als je taal infantiliseert en debiliseert; ja dan kun je mensen van je wegduwen. Maar taalniveau B1 is gewoon volwassen taal die tot doel heeft dat mensen die een financieel product kopen, begrijpen wat ze kopen.' Volgens Visser kan de financiële dienstverlening niet ver genoeg gaan in het vereenvoudigen van taal. 'Zover dat iedereen het begrijpt. Dat moet van de wet.'

Want onlangs nog constateerde de AFM dat slechts de helft van de Nederlanders begrijpt wat een aflossingsvrije hypotheek is. Mensen realiseren zich niet dat er na de looptijd nog een schuld over is. Ze denken dat het huis na dertig jaar in hun bezit is. En dat is niet gek, vindt Visser. 'Kijk naar de informatie van banken op hun websites. Er staat

letterlijk: "U betaalt alleen rente". Pas een heel eind verderop staat dat je aan het eind van de looptijd de "hoofdsom" kunt aflossen. Dat is een C1 begrip, dus veel mensen hebben geen idee.' Volgens Visser moet je gewoon zeggen: U wilt een huis kopen. Dan kunt u van ons lenen. Die lening moet u terugbetalen en u betaalt rente voor de lening. 'En oh ja: als u niet betaalt, verkopen wij uw huis. De term aflossingsvrije hypotheek is misleidend.'

'Als je taal infantiliseert dan kun je mensen van je wegduwen'

Volgens Isabel van Amelsvoort begrijpen mensen in een adviesgesprek meestal wel wat 'aflossingsvrij' betekent, maar vervaagt dat begrip in de loop der jaren. Het onderzoek van de AFM bevestigt wat ze al wist. 'De wereld is op financieel gebied steeds complexer geworden. Vanuit de lokale Rabobanken horen we vaak: "Dit is zo'n omvangrijk document. Klanten kunnen hoofd- en bijzaken niet meer onderscheiden". Dus werkt ze nu aan de structuur van de teksten. Daarbij kan begrijpelijkheid volgens haar best samengaan met juridische eisen.

De financiële dienstverlening heeft nog een weg te gaan als het gaat om transparante communicatie. Maar zo'n taalcurcus voor medewerkers; blijft daar nu wat van hangen? Of vervalt de adviseur vroeg of laat toch weer in het vakjargon waar de branche berucht om is? Volgens Laura van Lingen van ABN Amro heeft een taalcurcus voor adviseurs wel degelijk zin. 'Dat merk je aan de reactie van klanten. Ze reageren net iets anders en zeggen eerder: "Heb ik goed begrepen dat...?"' Als je dat hoort, ben je al in gesprek.'

Bronnen en informatie:

1. Meer woorden maken een tekst beknopter. NRC Handelsblad 30-9-2010

In 'Heldere taal in hypotheekland', Danielle van den Hoogen (De Hypotheekadviseur Jrg 9, nr 3) staan concrete voorbeelden van onduidelijke termen en zinsconstructies in de financiële dienstverlening.

Op www.zoekenvoudigewoorden.nl kunt u testen of een woord valt onder A2 of B1 niveau.

Het onderzoek Verkoop en kennis van aflossingsvrije hypotheek, AFM Consumentenmonitor is te vinden onder het kopje 'nieuws' op: www.afm.nl

Doekoe de koe, Rabobank Hoorn: http://www.rabobank.nl/images/3297_geldboekje_29273676.pdf