

## Tekstbegrip en klantbelang bij financiële producten

M.R. van Dam, W.H. van Boom en M.L. Tuil<sup>♦</sup>

Verschenen in: E.M. Dieben & F.M.A. 't Hart (red.), *Klantbelang Centraal (Financieel Juridische Reeks 4)*, Amsterdam: NIBE-SVV 2012, p. 109-124 (de originele paginanummers zijn tussen [haken] weergegeven).

### **Samenvatting:**

[109] De laatste jaren is tekstbegrip van consumenten in de belangstelling gekomen in de wereld van financiële dienstverlening. Onduidelijkheid van productvoorwaarden, folders en brieven zou bijdragen aan wantrouwen in deze sector. Omgekeerd wordt vaak gedacht dat het verbeteren van duidelijkheid van teksten in het belang van de klant is en resulteert in het herstel van vertrouwen. Onderzoek laat echter zien dat het allemaal niet zo eenvoudig is. Tekstbegrip is een moeilijk waar te nemen fenomeen dat opgebouwd lijkt te zijn uit een complexe keten van contextafhankelijke variabelen. Bovendien is het verband tussen tekstbegrip en klantbelang niet evident.

In deze bijdrage proberen we de materie te ontrafelen en te ordenen. Een aantal vragen staat daarbij centraal: Wat maakt dat mensen productvoorwaarden, algemene voorwaarden en soortgelijke juridisch relevante teksten wel of niet lezen? Wat is duidelijkheid van tekst en hoe meet je die bij juridische teksten? Is er verband tussen de mate van duidelijkheid van de tekst en consumentengedrag? In deze bijdrage geven we een overzicht van de wetenschappelijke literatuur op dit gebied en evalueren we de uitkomsten daarvan.

### **1. Inleiding**

In de afgelopen jaren is de belangstelling voor tekstbegrip onder klanten in de financiële dienstverlening toegenomen. Uit verschillende hoeken zijn de afgelopen jaren initiatieven ontplooid om financiële dienstverleners te bewegen tot duidelijkere tekstcommunicatie richting de klant. Zo stimuleert het Verbond van Verzekeraars in het kader van 'VerzekeraarsVernieuwen' hun leden om duidelijker te communiceren richting verzekerden.<sup>1</sup> Hierbij hoort [110] ook het versimpelen van voorwaarden, opdat zij voor de verzekerde beter zijn te begrijpen.<sup>2</sup>

In verschillende (wettelijke) regelingen en codes wordt dienstverleners inmiddels de plicht opgelegd om teksten te produceren – van productfolders tot algemene voorwaarden – die *correct, duidelijk en niet-misleidend* zijn.<sup>3</sup> Met name het begrip 'duidelijk' is hier van belang. De gedachte is dat

<sup>♦</sup> M.R. van Dam is wetenschappelijk onderzoeker aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Hij houdt zich bezig met het verband tussen consumentengedrag en taalgebruik in financieel-juridische situaties. W.H. van Boom is hoogleraar privaatrecht aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Hij doet onder meer onderzoek naar reguleringsvraagstukken in de financiële dienstverlening. Daarnaast is hij in deeltijd hoogleraar aan de universiteit van Durham (Engeland) waar hij rechtsvergelijking doceert. M.L. Tuil is universitair docent privaatrecht aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Zijn specialisatie betreft goederenrecht en burgerlijk procesrecht. Hij onderzoekt onder meer het gedrag van procespartijen.

<sup>1</sup> Zie voor een volledig overzicht van het project van het Verbond [www.verzekeraarsvernieuwen.nl](http://www.verzekeraarsvernieuwen.nl).

<sup>2</sup> 'Eenvoudige(re) poliswaarden? Het kan!', *Verzekerd!* nr. 2 2012, p. 26.

<sup>3</sup> Zie bijv. art. 4:19 lid 2 Wft, dat bepaalt dat informatie die wordt verstrekt door financiële ondernemingen correct, duidelijk en niet misleidend dient te zijn. De AFM heeft deze open norm enigszins ingekaderd in haar leidraad, maar heeft de norm nog steeds relatief open gelaten. Zie *Leidraad open norm "begrijpelijk/duidelijk"*. AFM geeft richting aan open norm "begrijpelijk/duidelijk", Amsterdam; AFM 2007. Zie over e.e.a. N.G. Wijnstekers, 'Ik zie, ik zie wat jij niet ziet en het is...? Transparantie bij financiële producten en diensten', *Tijdschrift voor Financieel Recht* 2012, p. 71 e.v. Zie overigens ook art. 6:238 lid 2 BW ('contra proferentem'): bij twijfel over de betekenis van een beding in een contract met een consument prevaleert de voor de consument gunstigste uitleg.

duidelijkere en beter leesbare juridische teksten de transparantie richting de klant vergroot, en dat zulks bijdraagt aan een groter vertrouwen van de klant in de financiële dienstverleningssector en dus aan accentuering van het ‘klantbelang’. Afnemers van bijvoorbeeld verzekeringsproducten verklaren desgevraagd dat zij behoefte hebben aan die duidelijkheid:

*“Consumenten willen geen kleine lettertjes, maar duidelijkheid over de uitsluitingen van de polis. Dit komt tot uiting in de roep om duidelijke polisvoorwaarden. De onduidelijkheid van de polisvoorwaarden zit nu vooral in het taalgebruik: moeilijke juridische teksten met vakjargon.”<sup>4</sup>*

De vraag is dan wat algemene voorwaarden leesbaar en duidelijk maakt en of het vanuit de behoefte aan leesbaarheid en duidelijkheid nodig is om voorwaarden te vereenvoudigen. Tevens is nodig om inzicht te krijgen in de gevolgen van vereenvoudigde en duidelijkere teksten voor de perceptie van (particuliere) afnemers bij financiële producten en diensten. Daarover is echter betrekkelijk weinig bekend. In deze bijdrage onderzoeken we daarom drie aspecten van leesbaarheid en duidelijkheid. Allereerst analyseren we onderzoek over de condities waaronder individuen al dan niet over te gaan tot het lezen van algemene voorwaarden en in hoeverre duidelijkheid daarbij een rol speelt (par. 2). Vervolgens staan we stil bij de vraag wat leesbaarheid en duidelijkheid van tekst inhoudt en hoe men die kan meten (par. 3). Als derde aspect wordt bekeken wat er eigenlijk bekend is over het verband tussen [111] taalniveau, leesbaarheid en duidelijkheid (par. 4). We besluiten met enkele relativerende kanttekeningen (par. 5).<sup>5</sup>

Ter verduidelijking zullen wij in deze bijdrage spreken over duidelijkheid in plaats van begrijpelijkheid. De twee woorden zijn synoniemen volgens de Van Dale, maar om verwarring te voorkomen zal de in de Wft gebruikte term worden toegepast.

## 2. Worden algemene voorwaarden gelezen?

Een set algemene voorwaarden komt bij bijna iedere overeenkomst om de hoek kijken. Toch worden ze bij het aangaan van de overeenkomst weinig gelezen. Amerikaans onderzoek onder eerstejaars rechtenstudenten toont aan dat bij het aangaan van een overeenkomst via het internet slechts vier procent van de ondervraagden de overeenkomst altijd in zijn geheel leest, dus inclusief algemene voorwaarden.<sup>6</sup> Een andere Amerikaanse studie onderzocht het verwachte leesgedrag ten aanzien van algemene voorwaarden bij verschillende soorten overeenkomsten. Van de ondervraagden gaf 92% aan de algemene voorwaarden niet te lezen bij het openen van een bankrekening.<sup>7</sup>

De leesfrequentie van algemene voorwaarden stijgt pas wanneer zich een situatie voordoet waarbij de algemene voorwaarden mogelijk een oplossing bieden, zoals bijvoorbeeld bij een conflict met de wederpartij. In dat geval blijkt een aanzienlijk groter aantal personen voornemens om de algemene

<sup>4</sup> Centrum voor Verzekeringsstatistiek, *CVS Consumentenmonitor 2012*, Den Haag: Verbond van Verzekeraars 2012, p. 3.

<sup>5</sup> We beperken ons tot tekstbegrip als zodanig, en gaan dus niet in op visuele communicatie zoals pictogrammen. Zie over het belang van begrijpelijkheid van visuele waarschuwingen bijv. S.B. Pape, *Warnings and Product Liability - Lessons Learned from Cognitive Psychology and Ergonomics* (diss. Rotterdam), Den Haag: BJu 2012.

<sup>6</sup> In de studie van S.I. Becher & E. Unger-Aviram, ‘The Law of Standard Form Contracts: Misguided Intuitions and Suggestions for Reconstruction’, *DePaul Business & Commercial Law Journal* (8) 2009-2010, p. 212, betreft het 55% van de personen.

<sup>7</sup> R.A. Hillman, ‘On-line Consumer Standard-Form Contracting Practices: A Survey and Discussion of Legal Implications’, in: J.K. Winn (ed.), *Consumer protection in the age of the ‘Information Economy’*, Aldershot: Ashgate 2006, p. 286 e.v. Zie ook het literatuuroverzicht bij H.A. Luth, *Behavioural Economics in Consumer Policy – The Economic Analysis of Standard Terms in Consumer Contracts Revisited* (diss. Rotterdam), Antwerpen: Intersentia 2010, par. 5.5.

voorwaarden te lezen.<sup>8</sup> Volgens Rakoff is het niet lezen van algemene voorwaarden bij het aangaan van de overeenkomst het gevolg van het gebrek aan een realistische wijzigingsmogelijkheid. Algemene voorwaarden zijn teksten die niet door de verkoper kunnen en zullen worden gewijzigd bij het aangaan [112] van de overeenkomst. Het heeft dan ook weinig nut om de voorwaarden door te nemen bij het aangaan van de overeenkomst.<sup>9</sup>

Interessant is dat algemene voorwaarden wel worden gelezen, maar niet zozeer bij het aangaan van de overeenkomst. Slechts wanneer het van belang is om de rechtspositie te bepalen wordt het lezen van algemene voorwaarden een prioriteit. Wanneer een klant gedurende de looptijd van de overeenkomst geen belang heeft om de rechtspositie te bepalen zal er dus weinig gelezen worden, terwijl dit bij financiële producten juist wél relevant kan zijn. Het lezen van algemene voorwaarden beïnvloedt namelijk in aanzienlijke mate het beeld dat klanten hebben van het bedrijf, zo blijkt uit onderzoek verricht onder verzekeringsmaatschappijen en hun verzekerden.<sup>10</sup> Het is waarschijnlijk dat ditzelfde opgaat voor andersoortige ondernemingen in de financiële sector. Vanuit het perspectief van de onderneming is het stimuleren van het lezen van voorwaarden dan ook een punt van aandacht. De gedachte is dat het vereenvoudigen van voorwaarden dat kan bewerkstelligen. Een eerste stap daarbij is aandacht voor de invloed van het taalniveau van de algemene voorwaarden op de leesbaarheid en duidelijkheid daarvan.

### 3. Taalniveau en leesbaarheid

Vereenvoudiging van tekst is mogelijk wanneer aan de hand van een objectieve maatstaf kan worden bepaald of een tekst duidelijker is wanneer deze wordt aangepast. Daarbij speelt het meten van het taalniveau een belangrijke rol. Bij gebrek aan een schaal die het Nederlandse taalniveau kan bepalen dient naar internationale meetmethoden te worden gekeken.<sup>11</sup> In deze bijdrage zullen twee vaak toegepaste meetmethoden nader worden behandeld, te weten het Gemeenschappelijk Europees Referentiekader en de Flesch-schaal.<sup>12</sup> [113]

#### 3.1. Gemeenschappelijk Europees Referentiekader

De Raad van Europa heeft in 2001 een kaderrichtlijn gepubliceerd waarin de standaarden van taalniveau in de vorm van het *Common European Framework Reference*,<sup>13</sup> in het Nederlands het Gemeenschappelijk Europees Referentiekader en kortweg ERK,<sup>14</sup> zijn vastgelegd. Dit kader was in eerste instantie bedoeld om het taalniveau te meten van mensen die zich in een ander land vestigen dan het land waar ze hun eerste taal hebben geleerd. Tegenwoordig wordt het kader ook gebruikt om het taalniveau van de moedertaal van een persoon te bepalen.

Het ERK kent zes taalniveaus, te weten A1, A2, B1, B2, C1 en C2. De keuze voor deze indeling is gemaakt om een onderscheid te maken tussen de basisgebruiker (A), de onafhankelijke gebruiker (B)

<sup>8</sup> S.I. Becher & E. Unger-Aviram, 'The Law of Standard Form Contracts: Misguided Intuitions and Suggestions for Reconstruction', *DePaul Business & Commercial Law Journal* (8) 2009-2010, p. 213.

<sup>9</sup> T.D. Rakoff, 'Contracts of Adhesion: An Essay in Reconstruction', *Harvard Law Review* (96) 1983, p. 1225.

<sup>10</sup> Centrum voor Verzekeringsstatistiek, *CVS Consumentenonderzoek*, Den Haag: Verbond van Verzekeraars 2004, p. 12-13.

<sup>11</sup> Noemenswaardig is het initiatief van Sanders en Pander Maat om een schaal speciaal voor het Nederlands te ontwikkelen. De Leesbaarheidsindex voor het Nederlands (LIN) wordt ontwikkeld in samenwerking met de Nederlandse Taalunie en Citogroep.

<sup>12</sup> Er zijn nog tal van andere tests, die we hier buiten beschouwing laten.

<sup>13</sup> Volledige naam: Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment.

<sup>14</sup> Nederlandse Taalunie, *Gemeenschappelijk Europees Referentiekader voor Moderne Vreemde Talen: Leren, Onderwijzen, Beoordelen*, Den Haag: Nederlandse Taalunie 2008.

en de vaardige gebruiker (C) van een taal.<sup>15</sup> De numerieke toevoeging bepaalt in welk stadium van het gebruik de persoon zich bevindt: 1 is aan het begin, 2 aan het eind.<sup>16</sup> Om te bepalen op welk taalniveau iemand zich bevindt als het gaat om het begrijpen van teksten, worden de volgende omschrijvingen gebruikt:<sup>17</sup>

- **A1:** De lezer begrijpt zeer korte, eenvoudige teksten zin voor zin en begrijpt korte, eenvoudige berichten op brief- of Ansichtkaarten.
- **A2:** De lezer begrijpt korte, eenvoudige teksten over vertrouwde zaken van concrete aard, die zijn geschreven in veelgebruikte alledaagse of werkgebonden taal. De lezer begrijpt korte, eenvoudige teksten, geschreven met de meest gebruikte woorden, met inbegrip van een aantal woorden uit de gemeenschappelijke internationale woordenschat. De lezer begrijpt elementaire soorten standaardbrieven en faxen (inlichtingen, bestellingen, bevestigingsbrieven, enzovoort) over vertrouwde onderwerpen en begrijpt korte, eenvoudige persoonlijke brieven. **[114]**
- **B1:** De lezer begrijpt met voldoende begrip directe feitelijke teksten over onderwerpen die betrekking hebben op zijn of haar interessegebied. De lezer begrijpt voldoende de beschrijving van gebeurtenissen, gevoelens en wensen in persoonlijke brieven om regelmatig met een penvriend(in) te corresponderen.
- **B2:** De lezer leest in hoge mate zelfstandig, past zijn of haar leesstijl en -snelheid aan verschillende teksten en doeleinden aan en maakt selectief gebruik van toepasselijke naslagwerken. De lezer beschikt over een grote actieve leeswoordenschat, maar kan enige moeite hebben met weinig voorkomende idiomatische uitdrukkingen. De lezer kan correspondentie lezen met betrekking tot zijn of haar interessegebied en daarbij meteen de wezenlijke betekenis vatten.
- **C1:** De lezer begrijpt lange, complexe teksten op detailniveau, ongeacht of zij betrekking hebben op zijn of haar eigen vakgebied, mits hij of zij moeilijke passages kan herlezen. De lezer begrijpt alle correspondentie, een enkele keer met behulp van een woordenboek.
- **C2:** De lezer kan vrijwel alle vormen van geschreven taal begrijpen en kritisch interpreteren, met inbegrip van abstracte, structureel complexe of zeer spreektaalige literaire en niet-literaire geschriften. De lezer kan een breed scala van lange, complexe teksten begrijpen en daarbij subtiele verschillen in stijl en impliciete en expliciete betekenissen opmerken.

### 3.2 Flesch-schaal

Naast het ERK bestaan in internationaal verband meerdere alternatieven met betrekking tot het bepalen van taalniveau en leesbaarheid. Om de leesbaarheid van een tekst te meten is op mondiaal niveau de Flesch-leesbaarheidsschaal de meest eenvoudige en meest gebruikte schaal. Andere regelmatig gebruikte schalen en formules zijn de Dale-Chall Formula, de Gunning FOG Index, de Fry Readability Graph en de SMOG Formula.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Nederlandse Taalunie, *Gemeenschappelijk Europees Referentiekader voor Moderne Vreemde Talen: Leren, Onderwijzen, Beoordelen*, Den Haag: Nederlandse Taalunie 2008, p. 25.

<sup>16</sup> Binnen B1 en B2 wordt door sommigen een nader onderscheid gemaakt. Het past echter niet in deze bijdrage om daar nader op in te gaan.

<sup>17</sup> Ontleend aan Nederlandse Taalunie, *Gemeenschappelijk Europees Referentiekader voor Moderne Vreemde Talen: Leren, Onderwijzen, Beoordelen*, Den Haag: Nederlandse Taalunie 2008, p. 66-67.

<sup>18</sup> Voor een volledig overzicht van de verschillende formules en schalen W.H. DuBay, *The Principles of Readability*, Costa Mesa: Impact Information 2004. Voor een beknopt overzicht van de formules en de mogelijke problemen daarvan wordt verwezen naar T. Oakland & H. Lane, 'Language, reading, and readability formulas: Implications for developing and adapting tests', *International Journal of Testing* (4) 2004, p. 239-252 en meer specifiek voor de invloeden op juridische teksten L.J. Sirico Jr., 'Readability Studies: How Technocentrism Can Compromise Research And Legal Determinations', *QLR* (126) 2007-2008, p. 147-172.

De Flesch-schaal meet de leesbaarheid van een tekst door een weging van de gemiddelde zinslengte en het gemiddelde aantal lettergrepen per woord. **[115]** De score loopt van 0 (zeer moeilijke tekst) tot 100 (zeer makkelijke tekst) en wordt bepaald aan de hand van de volgende formule:

$$206,835 - (1,015 \times (\text{aantal woorden} \div \text{aantal zinnen})) - (84,6 \times (\text{aantal lettergrepen} \div \text{aantal woorden}))^{19}$$

Op het eerste gezicht is deze schaal eenvoudig in gebruik en op een diversiteit aan teksten toe te passen.<sup>20</sup> Toch is de Flesch-schaal niet zaligmakend. Men kan algemene voorwaarden in korte zinnen en korte woorden opstellen, maar als de woorden zelf weinig gebruikt worden of de samenhang tussen de woorden niet helder is, dan levert de gunstige Flesch-score een vertekend beeld op.<sup>21</sup> De Flesch-schaal moet dus als een hulpmiddel met beperkingen worden gezien. De Flesch-schaal geeft een indicatie van de mate van leesbaarheid in algemene zin, terwijl het ERK primair bedoeld is om individuele taalbeheersing weer te geven. Bovendien is de Flesch-schaal primair gericht op het toetsen van Engelstalige teksten, terwijl het ERK voor meerdere Europese landen is gecreëerd. Het ERK lijkt dan ook een betere graadmeter te zijn om de mate van begrip te bepalen. Er zijn in de Nederlandse taal ook commerciële producten voorhanden om teksten te beoordelen op taalniveau volgens de ERK-schaal. Het lastige is alleen dat, anders dan bij de Flesch schaal, de 'broncode' of methode van die producten niet openbaar is. Wetenschappelijke beoordeling en onderlinge vergelijking is daardoor niet eenvoudig.

### 3.3 Toepassing: de regels van B1

Men kan dus taalniveau van juridische teksten beoordelen en scoren volgens de in de vorige paragraaf genoemde maatstaven. Vervolgens kan men doelen stellen wat betreft taalniveau. Bij wijze van voorbeeld noemen we hier het initiatief van het Verbond van Verzekeraars om verzekeraars te stimuleren om de regels van taalniveau B1 toe te passen.<sup>22</sup> Deze regels zien op alle vormen van schriftelijke communicatie tussen verzekeraar en verzekerde. Het Verbond onderscheidt vier deelonderwerpen: voorbereiding, structuur, zinsbouw en woordkeuze. Deze deelonderwerpen hebben allemaal **[116]** een aantal punten waaraan voldaan dient te zijn, wil een tekst de B1-toets kunnen doorstaan. Voor het vereenvoudigen van financieel-juridische teksten moet volgens het Verbond met de volgende punten rekening worden gehouden:

Wel doen	Niet doen
Houd teksten en zinnen kort	Geen tangconstructies
Schrijf in actieve vorm	Geen dubbele ontkenningen
Gebruik woorden die veel voorkomen	Geen formele woorden
Gebruik concrete woorden	Geen eufemismen
Gebruik eenduidige woorden	Geen nominalisaties
Hanteer één woord voor een begrip	Geen vaktaal
	Geen figuurlijke taal

<sup>19</sup> W.H. DuBay, *The Principles of Readability*, Costa Mesa: Impact Information 2004, p. 22.

<sup>20</sup> De tekst van deze bijdrage scoort 42 op de Flesch-Douma schaal (Flesch schaal voor de Nederlandse taal). Voor de berekening gebruikten wij <http://t3.hogent.be/en/demos/readability/>.

<sup>21</sup> Vgl. R.W. Shuy, *Bureaucratic language in Government & Business*, Washington D.C.: Georgetown University Press 1998, p. 111.

<sup>22</sup> *De regels van taalniveau B1*, Den Haag: Verbond van Verzekeraars 2012.

Wanneer de tekst aan deze punten voldoet, zou de tekst volgens het Verbond voor bijna iedereen (95%) duidelijk moeten zijn.<sup>23</sup> De vraag is overigens wel waar de grens moet worden gelegd. Het is kennelijk mogelijk om min of meer objectief te bepalen wat het taalbeheersingsniveau van personen is en wat het taalniveau van teksten is. Maar wat is 'duidelijk'?

#### 4. Duidelijkheid door vereenvoudiging?

##### 4.1 Jip en Janneke bieden geen garantie

Wat een tekst duidelijk maakt, is niet in één zin te omschrijven. Verschillende geleerden hebben zich uitgelaten over de definitie van duidelijkheid (in het Engels als *readability* aangeduid), waarbij de meest omvattende definitie komt van Dale en Hall:

*"The term "readability" has been defined as the sum total (including all the interactions) of all those elements within a given piece of printed material that affect the success a group of readers will have with the piece. The success is the extent to which the readers understand it, read it at an optimal speed, and find it interesting."*<sup>24</sup>

**[117]** In zekere zin is duidelijkheid dus een glijdende schaal, afhankelijk van het publiek voor wie de tekst bestemd is. Is een tekst duidelijk wanneer meer dan de helft van alle mensen teksten begrijpt of moet iedereen de tekst kunnen begrijpen? Om het subjectieve te objectiveren moet een duidelijk kader worden geschetst waarbinnen ondernemingen kunnen werken.

De vraag die hierop volgt, is welke factoren bepalend zijn voor de mate van duidelijkheid.

Vereenvoudiging van een tekst hoeft niet altijd te resulteren in verduidelijking van de tekst. Zo heeft het gebruik van jip-en-janneketaal, dat wil zeggen korte zinnen – en dan vooral hoofdzinnen – niet zonder meer het effect wat men eraan toeschrijft.<sup>25</sup> Land onderzocht aan de hand van drie experimenten – perspectief en tijd, interactie-effecten tussen structuur- en stijlkenmerken en identificerende kenmerken – of eenvoudigere teksten een positief effect hebben op het tekstbegrip onder vmbo-leerlingen. De uitkomst is verrassend: jip-en-janneketaal zorgt niet voor meer duidelijkheid.<sup>26</sup> Een *betere samenhang* heeft volgens Land wel een positief effect op de duidelijkheid van de tekst.

De vraag is of alleen het verbeteren van de samenhang tot duidelijkere teksten leidt of dat ook andere opties bestaan om tot eenzelfde resultaat te komen. In de komende paragrafen zal daarom een aantal onderzoeken worden gerapporteerd. Hierbij zijn twee wetenschappelijke stromingen te onderscheiden: psycholinguïstiek en cognitieve psychologie enerzijds en taal- en communicatiewetenschappen anderzijds. Cognitieve psychologie is een wetenschapstak die zich bezighoudt met individueel denken en beslissen en de rol van (onder andere) informatieverwerking daarbij. De 'onderafdeling' psycholinguïstiek richt zich op gedragsaanpassingen door talige informatieverstrekking. Taal- en communicatiewetenschappen behelzen eveneens de psychologie, maar benaderen het studieobject veel meer vanuit de taalkundige theorie. **[118]**

<sup>23</sup> *De regels van taalniveau B1*, Den Haag: Verbond van Verzekeraars 2012, p. 1 en 'Eenvoudige(re) poliswaarden? Het kan!', *Verzekerd!* nr. 2 2012, p. 26.

<sup>24</sup> E. Dale & J.S. Chall, 'The Concept of Readability', *Elementary English* (26) 1949, p. 23.

<sup>25</sup> C.J.M. Jansen & T.J.M. Sanders, 'Communiceren in begrijpelijke taal: jip-en-janneketaal helpt niet', *Bijdrage debat burger-taal-overheid* 22 november 2008, via [http://taaluniversum.org/thema/burger\\_taal\\_en\\_overheid/Ted\\_Sanders.pdf](http://taaluniversum.org/thema/burger_taal_en_overheid/Ted_Sanders.pdf).

<sup>26</sup> J.F.H. Land, *Zwakke lezers, sterke teksten? Effecten van tekst- en lezerskenmerken op het tekstbegrip en de tekstwaardering van vmbo-leerlingen* (diss. Utrecht), Delft: Eburon 2009.

## 4.2 Psycholinguïstiek en cognitieve psychologie

Bij psycholinguïstiek gaat het vooral om onderzoek verricht naar taalbegrip en de invloed die taalgebruik daarop heeft. Een belangrijke metastudie hierover is die van Kieras en Dechert.<sup>27</sup> Zij analyseerden ongeveer 170 psycholinguïstische studies uit de periode 1950-1985. De studies betroffen onderzoek waarin tekst werd gemanipuleerd op woord- en/of zinsniveau. Uit deze studies hebben zij vervolgens 59 regels geabstraheerd, onderverdeeld op drie niveaus: zin, tekstintegratie en tekstkeuze. Deze door Kieras en Dechert geformuleerde regels worden tot op heden relevant geacht om te bepalen waar een tekst aan moet voldoen om duidelijk te zijn. Voor juridische teksten gelden onder meer de volgende regels:<sup>28</sup>

- Gebruik veelvoorkomende woorden waar mogelijk;
- Wees consequent in woordgebruik;
- Vermijd ambiguïteit;
- Overlaad de lezer niet met tekst;
- Richt de tekst tot de lezer;
- Gebruik de volgorde zoals die in de praktijk voorkomt;
- Laat zinnen op elkaar voortbouwen.
- 

Vanuit de cognitieve psychologie is vooral het onderzoek van Masson en Waldron (1994) van belang.<sup>29</sup> Zij hebben kwalitatief onderzoek verricht naar de effecten van het versimpelen van een aantal juridische teksten, met name verschillende soorten overeenkomsten van geldlening. Hun belangrijkste conclusie was dat het versimpelen van de juridische tekst een aanzienlijke verbetering gaf ten aanzien van de duidelijkheid.<sup>30</sup> Deze verbetering is zichtbaar gemaakt middels toepassing van de Flesch-schaal op de teksten. Uit het onderzoek van Masson en Waldron blijkt dat wanneer de zinnen drastisch werden verkort, 164 naar 17 woorden per zin, een aanzienlijke stijging zichtbaar werd op de Flesch-schaal: van 19,0 (zeer moeilijk) naar 64,8 (gemiddeld). Wanneer alleen ouderwets taalgebruik werd verwijderd, was bijna geen verandering zichtbaar (van 19,0 naar 20,8 op de Flesch-schaal). [119]

## 4.3 Taal- en communicatiewetenschappen

Binnen de taal- en communicatiewetenschappen is eveneens onderzoek verricht naar de leesbaarheid van algemene voorwaarden bij financiële producten. Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat in verschillende situaties een vereenvoudigde tekst zorgt voor een verbetering van de duidelijkheid.<sup>31</sup> Vergelijkbaar onderzoek in Nederland staat nog in de kinderschoenen; de meest

<sup>27</sup> D.E. Kieras & C. Dechert, 'Rules for comprehensible technical prose: a survey of the psycholinguistic literature', *University of Michigan Technical Report No. 21*, 1985.

<sup>28</sup> D.E. Kieras & C. Dechert, 'Rules for comprehensible technical prose: a survey of the psycholinguistic literature', *University of Michigan Technical Report No. 21*, 1985, p. 4-15

<sup>29</sup> M.E.J. Masson & M.A. Waldron, 'Comprehension of Legal Contracts by Non-Experts: Effectiveness of Plain Language Redrafting', *Applied Cognitive Psychology* (8) 1994, p. 67-85.

<sup>30</sup> M.E.J. Masson & M.A. Waldron, 'Comprehension of Legal Contracts by Non-Experts: Effectiveness of Plain Language Redrafting', *Applied Cognitive Psychology* (8) 1994, p. 77-78.

<sup>31</sup> Voor een overzicht van verschillende onderzoeken zie J. Kimble, 'Answering the Critics of Plain Language', *The Scribes Journal of Legal Writing* (5) 1994-1995, p. 62-65 en 69-71. Hoewel onderzoek uit de Verenigde Staten behulpzaam is, dient te worden opgemerkt dat tussen de Verenigde Staten en Nederland verschillen bestaan die de onderzoeksresultaten niet één-op-één toepasbaar maken op de Nederlandse financiële dienstverleningssector. Zo is geletterdheid in de V.S. problematischer dan in Europa. En dat vertaalt zich vermoedelijk ook in lage 'financiële geletterdheid'. Zie daarover, met verdere verwijzingen, C. I. Garcia Porras en W. H. van Boom,

relevante (maar ongepubliceerde) onderzoeken zijn afkomstig van twee studenten communicatiewetenschappen.

In 2008 is door Bax in opdracht van het toenmalige Fortis ASR onderzoek verricht naar de duidelijkheid van polisvoorwaarden van de Personenautoverzekering Aansprakelijkheid van Fortis ASR.<sup>32</sup> Doel van dit onderzoek was 'Fortis ASR inzicht [te] verschaffen in de communicatiewaarde (begrip, leesbaarheid, waardering) van de herziene polisvoorwaarden 'Personenautoverzekering Aansprakelijkheid' met als einddoel Fortis ASR handvatten te bieden bij de keuze [voor] een definitieve aanpassing van de polisvoorwaarden en voor eventuele aanpassingen ter optimalisering'.<sup>33</sup> In dit onderzoek zijn vier verschillende versies van de polis gecreëerd: origineel, lexicaal aangepast (de bewoordingen worden vereenvoudigd), syntactisch aangepast (de zinvolgorde en -lengte wordt aangepast) en zowel lexicaal als syntactisch aangepast. Ter illustratie een eenvoudig voorbeeld van een voorwaarde uit het onderzoek van Bax:<sup>34</sup> [120]

<p><b>Originele voorwaarde:</b>          'Wij bieden ook dekking voor de aansprakelijkheid voor schade die aan personen en/of zaken is toegebracht:'</p>
<p><b>Syntactisch aangepast:</b>          'Wij bieden ook dekking voor de aansprakelijkheid voor schade die aan personen en/of zaken is toegebracht <i>in de volgende bijzondere situaties:</i>'</p>
<p><b>Lexicaal aangepast:</b>          'Wij bieden <i>vergoedingen</i> voor schade die aan personen en/of zaken is toegebracht:'</p>
<p><b>Compleet aangepast:</b>          'Wij <i>vergoeden schade</i> die aan personen en/of zaken is toegebracht <i>in de volgende bijzondere situaties:</i>'</p>

Wij merken op dat strikt juridisch gezien – en afgezien van het feit dat algemene voorwaarden contextueel uitgelegd moeten worden – de alternatieve teksten niet hetzelfde bepalen als de originele versie, bijvoorbeeld omdat het juridische construct 'aansprakelijkheid' weggelaten wordt en aldus letterlijk genomen niet langer sprake is van een WA-verzekering maar van een schadeverzekering.

Hoe dat ook zij, Bax heeft aan de hand van een aantal vragen de duidelijkheid bij de verschillende versies getoetst. Zij heeft vierhonderd proefpersonen met maximaal mbo-denkniveau via het internet onderworpen aan een survey, waarna zij tevens zestien interviews heeft afgenomen. Uit de online survey valt als belangrijkste conclusie te trekken dat lexicale aanpassingen een negatief effect hadden op de duidelijkheid van de voorwaarden. De syntactische aanpassingen zorgden wel voor een significante verbetering van de leesbaarheid en duidelijkheid.<sup>35</sup> Een interessante conclusie: niet het

<sup>1</sup> 'Information disclosure in the EU Consumer Credit Directive: opportunities and limitations', in: James Devenney and Mel Kenny (eds.), *Consumer Credit, Debt and Investment in Europe*, Cambridge University Press 2012, p. 21-55.

<sup>32</sup> C. Bax, *Afstudeeronderzoek naar de begrijpelijkheid en leesbaarheid van de polisvoorwaarden Personenautoverzekering Aansprakelijkheid* (masterscriptie Communicatiestudies Universiteit Utrecht), 2008.

<sup>33</sup> C. Bax, *Afstudeeronderzoek naar de begrijpelijkheid en leesbaarheid van de polisvoorwaarden Personenautoverzekering Aansprakelijkheid* (masterscriptie Communicatiestudies Universiteit Utrecht), 2008, p. 3.

<sup>34</sup> C. Bax, *Afstudeeronderzoek naar de begrijpelijkheid en leesbaarheid van de polisvoorwaarden Personenautoverzekering Aansprakelijkheid* (masterscriptie Communicatiestudies Universiteit Utrecht), 2008, p. 76-77.

<sup>35</sup> C. Bax, *Afstudeeronderzoek naar de begrijpelijkheid en leesbaarheid van de polisvoorwaarden Personenautoverzekering Aansprakelijkheid* (masterscriptie Communicatiestudies Universiteit Utrecht), 2008, p. 109.

woordgebruik is van invloed op de leesbaarheid en duidelijkheid, maar de opbouw en lengte van zinnen. Deze conclusie komt overeen met de conclusie die Land (2009) trok en versterkt het standpunt van Jansen en Sanders (2008). Echter, doordat het onderzoek van Bax alleen op lageropgeleiden ziet, is niet duidelijk wat de invloed is van aanpassingen bij hoogopgeleiden en hoe de resultaten in de verschillende versies zich tot elkaar verhouden.

De tweede studie is die van Gosens (2008). Deze studente heeft in navolging van Bax (2008) proberen te bepalen wat het effect is van lexicale en **[121]** syntactische aanpassingen bij autoverzekeringsspolissen.<sup>36</sup> Zij heeft de autoverzekering van de ANWB als uitgangspunt genomen en heeft daarop de nodige taalkundige aanpassingen verricht. Vervolgens heeft zij 48 proefpersonen geïnterviewd, omdat het kwalitatieve onderzoek van Bax uit slechts zestien en daardoor onvoldoende proefpersonen bestond om van een gedegen kwalitatief onderzoek te kunnen spreken. Tevens plaatste zij een aantal vraagtekens bij de betrouwbaarheid van het onderzoek. Zo was de gemiddelde duur van het online onderzoek tien minuten. Dit zou volgens haar te kort zijn om te kunnen spreken van een serieus ingevulde survey.

De door Gosens gekozen onderzoeksopzet is grotendeels gelijk aan de opzet van Bax: ook zij koos voor personen die maximaal een mbo-opleiding hebben genoten en heeft de vier verschillende versies verdeeld over de proefpersonen, resulterend in twaalf proefpersonen per versie. In tegenstelling tot Bax concludeert Gosens dat zowel syntactische als lexicale wijzigingen een positief effect hebben op de duidelijkheid van de polisvoorwaarden.<sup>37</sup> Het positieve effect is echter dusdanig gering dat zij niet aannemelijk kan maken dat dit ook daadwerkelijk het gevolg is van de aanpassingen van de tekst. Wat wel duidelijk wordt uit de onderzoeken is dat eenvoudigere voorwaarden voor een grotere mate van duidelijkheid zorgen onder lageropgeleiden. Het ligt in de lijn der verwachting dat hetzelfde geldt voor hogeropgeleiden, die vaker een hoger taalniveau hebben.

## 5. Enkele kanttekeningen

Op het eerste gezicht lijkt het vereenvoudigen van algemene voorwaarden en andere juridische documenten bij financiële producten een intuïtief juiste denkrichting. Een moeilijk te begrijpen tekst staat in de weg aan klantbelang, zo kan men plausibel redeneren. Begrijpt men niet goed wat men leest, dan kan dat tot verkeerde beslissingen leiden die niet aansluiten bij de eigen preferenties.<sup>38</sup> Een te hoge moeilijkheidsgraad van de gebruikte taal kan ook **[122]** negatieve gevolgen hebben voor de perceptie van het product of dienst zelf.<sup>39</sup> Indirect kan gebrekkig tekstbegrip ook wantrouwen voeden, zo zal de redenering luiden.

Maar plausibele argumentatie is nog niet bewezen correct. Een eerste kanttekening die we willen plaatsen, betreft het betrekkelijke gemak waarmee gesproken wordt over vereenvoudiging van teksten om het klantbelang tegemoet te komen. Zo stelt de AFM dat uit onderzoek is gebleken dat meer dan de helft van de Nederlanders niet met taalniveau C1 overweg kan, terwijl 95% van de

<sup>36</sup> D. Gosens, "Ik heb mijn polisvoorwaarden eigenlijk nog nooit gelezen, veel te moeilijk". *Het effect van lexicale en syntactische wijzigingen op het begrip en de waardering van een autoverzekeringsspolis* (masterscriptie Communicatiestudies Universiteit Utrecht), 2008.

<sup>37</sup> D. Gosens, "Ik heb mijn polisvoorwaarden eigenlijk nog nooit gelezen, veel te moeilijk". *Het effect van lexicale en syntactische wijzigingen op het begrip en de waardering van een autoverzekeringsspolis* (masterscriptie Communicatiestudies Universiteit Utrecht), 2008, p. 56.

<sup>38</sup> Zo bijv. L. Lentz, *Let op: Begrip verplicht! Begrijpelijkheid als norm in de wet*, Faculteit Geesteswetenschappen Universiteit Utrecht 2011, p. 16.

<sup>39</sup> Daar is enige aanwijzing voor. Zie bijv. H. Song en N. Schwarz, 'If it's Hard to Read, It's Hard to Do – Processing Fluency Affects Effort Prediction and Motivation', *Psych. Science* (19) 2008, p. 986 e.v.; H. Song en N. Schwarz, 'If it's Difficult to Pronounce, It Must be Risky – Fluency, Familiarity, and Risk Perception', *Psych. Science* (20) 2009, p. 135 e.v.

Nederlanders taalniveau B1 wel begrijpt.<sup>40</sup> De stellingname van de AFM is gelijk aan de stelling van BureauTaal – een bureau dat teksten duidelijker maakt of teksten beoordeelt op duidelijkheid – die zij in haar uitgave *Schrijfwijzer begrijpelijke formulieren* uit 2006 inneemt. Volgens BureauTaal kan 60% niet met taalniveau C1 of hoger overweg, terwijl het meest gebruikte taalniveau door bedrijven in de financiële en bancaire sector in correspondentie met hun klanten taalniveau C1 hanteren. Dat zijn alarmerende getallen, maar het is de vraag of ze wel correct zijn. Het onderzoek waar beide partijen aan refereren, is een IALS-onderzoek uit 1995 waarin de mate van geletterdheid in dertig landen is onderzocht.<sup>41</sup> De proefpersonen hadden allen niet de nationale taal als moedertaal. Uit het onderzoek is onder meer gebleken dat naar schatting anderhalf miljoen mensen – bijna 9% van de Nederlandse bevolking – in Nederland laaggeletterd zijn en dat ruim 37% van de ondervraagde Nederlanders niet adequaat met teksten van taalniveau B2 of hoger overweg kan.<sup>42</sup> Dit laatste resultaat is vertaald naar een kleine 40% van de Nederlandse bevolking die niet in staat zou zijn om voorwaarden op B2-niveau of hoger te begrijpen. Hierbij ontbreekt echter een belangrijke nuancering: het gaat niet om 40% van alle Nederlanders, maar om 40% van de Nederlanders die niet de Nederlandse taal als moedertaal hebben.<sup>43</sup> Het totale percentage Nederlanders dat B2 of hoger niet begrijpt **[123]** zal dus naar alle waarschijnlijkheid lager liggen dan de 37% die uit het IALS-onderzoek naar voren is gekomen. Of dit daadwerkelijk het geval is, zou onderwerp van nader onderzoek kunnen zijn.

Een tweede kanttekening betreft de vraag wat we nu eigenlijk weten van het verband tussen duidelijkheid en klantbelang. Wij onderschrijven op zichzelf graag de stelling dat goed tekstbegrip in het belang van de klant is, maar of het verbeteren van de duidelijkheid van juridische teksten ook altijd het klantbelang dient is minder duidelijk. Over het feitelijke verband tussen duidelijkheid en klantbelang is namelijk weinig bekend. Het duidelijker maken van juridische teksten zoals algemene voorwaarden heeft mogelijk niet alleen positieve effecten. Wanneer een tekst duidelijk wordt gemaakt, kan het gevolg zijn dat minder vrijheid rondom het product kan worden geboden. Open normen leveren bijvoorbeeld ambiguïteit op in teksten en zouden idealiter moeten worden vermeden. Bij verduidelijking hoort ook het vermijden van jargon, maar het ontwijken daarvan is lastiger dan men denkt. Sommige termen hebben door de jaren heen een eigen betekenis gekregen die alleen door het gebruik van (meerdere) zinnen zodanig kan worden uitgelegd dat exact hetzelfde wordt beoogd ten opzichte van de oorspronkelijke voorwaarden.<sup>44</sup> Het resultaat is dan meer tekst, terwijl leesbaarder en duidelijker maken van voorwaarden ook het *korter* maken van de tekst inhoudt.<sup>45</sup> Het tegenovergestelde, het inkorten van de algemene voorwaarden door rechten en plichten te verwijderen die reeds in wet- en regelgeving zijn gecodificeerd, lijkt ook niet altijd aantrekkelijk. Die strategie maakt de tekst wel korter, maar geeft de klant minder overzicht van zijn rechten en plichten. Hij zal de wet er bij moeten pakken en moeten weten hoe die wordt uitgelegd.

<sup>40</sup> AFM, *Leidraad open norm "begrijpelijk/duidelijk"*. AFM geeft richting aan open norm "begrijpelijk/duidelijk", Amsterdam 2007. Ook volgens Bureau Taal kan 95% van de mensen met taalniveau B1 overweg. Vgl. Bureau Taal, *Schrijfwijzer begrijpelijke formulieren*, Den Haag: Sdu/BureauTaal 2006.

<sup>41</sup> S. Jones, I. Kirsch, S. Murray e.a., *Literacy, Economy and Society: Results of the First International Adult Literacy Survey*.

<sup>42</sup> E. Bohnenn e.a., *Laaggeletterdheid in de Lage Landen. Hoge prioriteit voor beleid*, Den Haag: Nederlandse Taalunie 2004, p. 10.

<sup>43</sup> L. Lentz, *Let op: Begrip verplicht! Begrijpelijkheid als norm in de wet*, Faculteit Geesteswetenschappen Universiteit Utrecht 2011, p. 18.

<sup>44</sup> Gebruikt men een andere term dan de wettelijke terminologie, dan bestaat bovendien de kans dat de rechter zulks interpreteert als een bedoelde afwijking van de wet. Vgl. Hof 's-Gravenhage 8 juni 2010, L/N BM7092.

<sup>45</sup> Dat klemt temeer gezien het feit dat het aantal op schrift gestelde woorden dat gemoeid is met complexe financiële producten, enorm is. Zie de voorbeelden bij F.M.A. 't Hart en C.E. du Perron, *De geïnformeerde consument* (preadvies Vereniging voor Effectenrecht), Deventer: Kluwer 2006, p. 37 e.v.

Het verduidelijken van juridische teksten zoals algemene voorwaarden kan ook betekenen dat minder ruimte overblijft voor interpretatie. Dat is zowel een voor- als nadeel. Waar het voor de klant een voordeel is dat hij beter weet waar hij aan toe is, betekent het ook dat de omstandigheden van het geval niet – of in ieder geval minder – worden meegenomen in de beoordeling, terwijl bij onduidelijke voorwaarden de klant wel degelijk onder de reikwijdte van de algemene voorwaarden kan vallen. In dat opzicht kan duidelijkheid ook ten koste gaan van flexibiliteit bij de toepassing. Of en in hoeverre deze [124] en andere neveneffecten zich zullen voordoen, is voor ons niet duidelijk. Voor zover wij konden nagaan, is er in ons land ook geen onderzoek naar gedaan.

Hier komt nog het volgende bij. Uiteindelijk is het de civiele rechter – of een geschillencommissie – die het juridische oordeel velt over de vraag of een tekst begrijpelijk is, hoe de betreffende consument de tekst in de algemene voorwaarden mocht begrijpen en zo verder. Er is betrekkelijk weinig bekend over de vraag hoe rechters dergelijke beslissingen nemen. Natuurlijk zijn er juridische kaders voor dergelijke beslissingen,<sup>46</sup> en het is de rechter toegestaan om te oordelen dat een beding onduidelijk is en daarom in het nadeel van de dienstverlener uitgelegd moet worden.<sup>47</sup> Dat betekent echter niet dat we ook goed weten welke afwegingen rechters in dit verband plegen te maken. Een voorbeeld kan dat verduidelijken. Een rechter krijgt in een concreet geschil een clause uit algemene voorwaarden voorgelegd, die in simpele bewoordingen is opgesteld (klantbelang!) maar die daardoor helaas weinig informatief is en ambiguïteit vertoont die in het concreet opgetreden geschil nadelig uitpakt voor de klant. De rechter kan wellicht achteraf redeneren dat die clause toch wel wat scherper geformuleerd had kunnen worden, zodat de nu ontstane interpretatiegeschillen voorkomen zouden zijn. Zolang juristen bij het ontstaan van geschillen ingezet worden, kan men verwachten dat dergelijke scherpslijperij dreigt.

Het is overigens de vraag of het verduidelijken van voorwaarden zal leiden tot toename van de leesfrequentie ex ante. Daar hebben we zo onze twijfels bij. Wij denken dat het duidelijker maken van juridische teksten primair nut heeft voor het geval de consument – eenmaal klant geworden – zijn rechtspositie wil onderzoeken. Verduidelijking dient dan ook met niet als *de* oplossing te worden gezien. We sluiten niet uit dat beter tekstbegrip positief uitwerkt op het vertrouwen in de sector, maar een bewezen verband hebben wij niet aangetroffen. Bovendien is zo weinig bekend over het verband tussen tekstbegrip van juridische teksten en consumentengedrag dat het hachelijk is om daarover boude beweringen te doen.

---

<sup>46</sup> De uitleg van rechtshandelingen geschiedt volgens uitlegcriteria neergelegd in rechtspraak van de Hoge Raad.

<sup>47</sup> Zie art. 6:238 lid 2 BW ('contra proferentem').