

Begrijpelijkheid van pensioencommunicatie: effecten van wetgeving, geletterdheid en revisies

Leo Lentz, Louise Nell en Henk Pander Maat

TT 39 (2): 191–208

DOI: 10.5117/TVT2017.2.LENT

Abstract

Comprehension of pension communication: effects of legal obligations, literacy and revisions

In a project on *Financial Communication*, research has been done in the domains of pensions, mortgages and debt collection. This paper presents the results of three studies, concentrating on the pension domain. In the first study we reflect upon mandated disclosure. We demonstrate that the legal context for pension communication is far more detailed than for the other domains. There is a specific law on pension communication with detailed instructions for different documents. Pension organizations consider these obligations as a hindrance for effective and tailored pension communication. In the second study we tested whether participants could locate and comprehend specific information in two versions (original and revision) of three pension documents. We also measured the level of financial literacy of the participants. We demonstrate that in one case study the revision of the document resulted in a reverse Matthew-effect: participants with lower levels of financial literacy performed better in finding information using the revised document compared to the original. This reverse effect is labelled as a Martinus-effect.

Keywords: pension communication, literacy, comprehension, Matthew-effect, mandated disclosure

1 Inleiding

'Informatie over financiële producten is relatief complex en dat heeft verschillende oorzaken', zo schreven Hoeken et al. (2011, p. 272) in dit tijdschrift, toen zij de resultaten van de verkennende studie rapporteerden waarmee het NWO-programma *Begrijpelijke Taal* startte. De auteurs noemden drie redenen voor die complexiteit. Ten eerste zijn de producten zelf vaak ingewikkeld, zoals een hypotheek of een pensioenregeling. Ten tweede hebben die producten meestal een juridische achtergrond, waardoor volledigheid, eenduidigheid en precisie vaak zwaarder wegen dan begrijpelijkheid. En dan opereren de producenten veelal in een krachtenveld waar de ambitie om winst te maken en hoge rendementen te behalen het zicht op het belang van de klant soms belemmert. Banken en verzekeraars worstelen in 2017 nog steeds met de gevolgen van de in het verleden verkochte woekerpolissen. Bij die producten gingen de bedenkers duidelijk voorbij aan de belangen van de klant. Sindsdien is er meer druk op de toezichthouder *Autoriteit Financiële Markten* (AFM) om te controleren of de klant wel correct en evenwichtig geïnformeerd wordt binnen de wettelijke kaders waar verzekeraars en pensioenfondsen zich aan moeten houden. Die wettelijke kaders verschillen voor de financiële domeinen pensioen, hypotheek en incasso. Maar in elk van die kaders is duidelijk dat de overheid regels heeft geformuleerd voor de communicatie tussen instelling en klant. Veelal zijn die regels ontstaan als gevolg van klachten over de begrijpelijkheid en evenwichtigheid van brieven, polissen en advertenties van banken en verzekeraars. De regels moeten de consument beschermen door specifieke eisen waar de communicatie met de klant aan moet voldoen. Dit artikel gaat over de vraag hoe de regels voor financiële communicatie eruit zien en wat we weten over de effectiviteit ervan voor de begrijpelijkheid van financiële documenten. We concentreren ons op het domein van pensioencommunicatie.

De digitalisering van communicatie is volgens Hoeken et al. (2011) in de verkennende rapportage voor *Begrijpelijke Taal* de meest cruciale ontwikkeling in de afgelopen decennia, met als gevolg dat organisaties hun informatie steeds meer op diverse media beschikbaar stellen waardoor er voor de consument een vindbaarheidsprobleem ontstaat. Wij hebben onderzocht hoe banken, verzekeraars en pensioenfondsen hun informatie verspreiden over verschillende media en in hoeverre die informatie vindbaar en begrijpelijk is. Daarbij hebben we een ander aandachtspunt meegenomen dat ook al genoemd werd in de verkennende studie van Hoeken et al.: de *financiële geletterdheid* van de lezers. Dankzij de gegevens die we heb-

ben verzameld over enerzijds het vinden en begrijpen van financiële informatie en anderzijds de financiële geletterdheid van proefpersonen, kunnen we van elk onderzocht document nagaan in hoeverre dat een beroep doet op een specifiek niveau van geletterdheid. In deze casestudies hebben we gegevens verzameld van verschillende versies van documenten, zoals het Uniform Pensioenoverzicht (UPO), een wettelijk verplicht document dat elke pensioendeelnemer jaarlijks ontvangt. Dat betekent dat we na kunnen gaan of revisies erin slagen om de kloof tussen geletterden van verschillende niveaus te verlagen. Slagen met name de lager geletterden er beter in om de gewenste informatie te vinden en begrijpen? Of profiteren alleen de hoger geletterden van de revisie-inspanningen?

In het vervolg van dit artikel concentreren we ons op pensioencommunicatie en bespreken we een aantal resultaten van ons onderzoek waarbij we zowel de regelgeving aan de orde stellen als de vindbaarheid en begrijpelijkheid van specifieke documenten en een website die conform dat wettelijke kader geproduceerd zijn.

2 Regels voor pensioencommunicatie en een evaluatie van de effectiviteit

In elk van de drie domeinen van ons onderzoeksproject (pensioen, hypotheek en incasso) is er sprake van *mandated disclosure* (Ben-Shahar & Schneider, 2010). Met *mandated disclosure* wordt alle communicatie aangeduid die organisaties verplicht moeten aanbieden op grond van wettelijke regels. Maar de manier waarop die verplichtingen zijn vastgesteld, verschilt sterk tussen de domeinen. We bespreken de regels voor pensioencommunicatie en plaatsen die vervolgens in een ruimer perspectief door deze te vergelijken met de regels voor de andere domeinen.

De regelgeving voor pensioencommunicatie is in Nederland in een aparte wet vastgelegd: de wet pensioencommunicatie die op 5 maart 2015 is aangenomen. Een belangrijke bepaling is dat elke pensioenregeling uitgelegd moet worden in een *gelaagd* document dat volgens het format van het Pensioen1-2-3 digitaal of als print wordt aangeboden. Dit verplichte document is de opvolger van de *startbrief* die door de minister als te omvangrijk en te complex werd beschouwd. Het format voor dit nieuwe document is door de branche zelf (Pensioenfederatie en het Verbond van Verzekeraars) ontwikkeld, in overleg met de AFM. De innovatie van het Pensioen1-2-3 betreft vooral die *gelaagde* presentatie van informatie. Na het lezen van laag 1 kent de deelnemer de belangrijkste elementen van

zijn pensioenregeling. De deelnemer kan voor meer details doorklikken naar laag 2 (pensioen in 30 minuten) of laag 3 met specifieke documenten over het pensioen. In Lentz & Pander Maat (2016) gingen we na hoe de grootste pensioenfondsen in Nederland via hun website dit Pensioen 1-2-3 beschikbaar stelden.

Het tweede wettelijk verplichte document is het *Uniform Pensioenoverzicht* (UPO) dat elke deelnemer jaarlijks ontvangt. Ook hier is een format voor ontwikkeld door de Pensioenfederatie en het Verbond van Verzekeraars, die samen de branche vertegenwoordigen. Het UPO laat zien hoeveel pensioen tot nu toe is opgebouwd en wat er geregeld is voor partner en kinderen in geval van overlijden. Dankzij een amendement van Henk Krol blijft het in de nieuwe wet ook mogelijk het uiteindelijk te bereiken pensioenbedrag te vermelden, hoewel dit niet verplicht is. Die prognose was in het oorspronkelijke wetsvoorstel voorbehouden aan het derde medium: de website www.mijnpensioenoverzicht.nl (MPO).

Op Mijn Pensioenoverzicht vindt de deelnemer voor alle pensioenfondsen of pensioenverzekeraars waar hij pensioen heeft opgebouwd de bedragen van zowel die opbouw als de totale prognose bij pensionering. Elke pensioenorganisatie is verplicht periodiek gegevens te leveren voor MPO over alle deelnemers die bij al zijn pensioenregelingen zijn aangesloten. Deze derde bron van informatie is dus volledig gecentraliseerd; de pensioenorganisaties hebben er geen invloed op. De twee andere documenten, het Pensioen1-2-3 en het UPO, worden verstrekt door de pensioenorganisatie zelf, maar het format is voor beide documenten ook centraal vastgelegd. Dat betekent: de structuur, de inhoudselementen, een reeks verplicht te hanteren iconen, en voor specifieke onderdelen een verplichte formulering. Ook de formulering van titels staat vast. Veel bewegingsruimte voor profilering lijkt er dus niet te zijn, hoewel de evaluatie van het Pensioen1-2-3 kort na de invoering (Lentz & Pander Maat, 2016), duidelijk maakt dat er in de digitale presentatie toch wel grote verschillen zijn. De meeste bewegingsruimte hebben de pensioenorganisaties op hun eigen website, want die valt niet onder de verplichte communicatie. Het is dan ook niet verwonderlijk dat veel van de verplichte communicatie hier nog eens dunnetjes wordt overgedaan, maar dan in een veel vrijere vorm, met filmpjes en animaties, plus tools voor de voorbereiding op het pensioen. Sommige organisaties proberen hier maatwerk te bieden, door bijvoorbeeld pensioeninformatie te differentiëren naar leeftijdsgroepen.

Zo heeft de gemiddelde pensioendeelnemer dus vier mogelijke bronnen van informatie over zijn pensioen, waarvan de eerste drie voorzien zijn van wettelijke kaders:

- het Uniform Pensioenoverzicht dat jaarlijks wordt verstrekt,
- Pensioen 1-2-3 met informatie over de kern van zijn pensioenregeling,
- www.mijnpensioenoverzicht.nl met de opgebouwde pensioenrechten en een prognose voor de toekomst
- de website van de organisatie waar nu pensioen wordt opgebouwd.

Wanneer we de wettelijke kaders voor pensioencommunicatie vergelijken met de regels voor communicatie over gerechtelijk incasso en hypotheek, zien we grote verschillen. De situatie bij incasso is volkomen anders dan bij pensioenen of hypotheek: er is slechts één document, waarvoor de wet tamelijk nauwkeurig vastlegt wat daar voor informatie in moet staan, zonder daar echter vormeisen aan te verbinden. Maar dat document is blijkbaar zo complex dat er een bijsluiters aan wordt toegevoegd om begrijpelijk te maken wat de kern van die dagvaarding is. In het domein van de hypotheek is er een wet op het financieel toezicht die volstaat met een aantal open normen voor communicatie, die door de toezichthouder AFM iets verder uitgewerkt zijn. Er is geen initiatief vanuit de branche om nadere normen of formats voor schriftelijke hypotheekinformatie uit te werken. De pensioencommunicatie is dus het meest strikt beregelde domein, met een eigen wettelijk kader en strikte formats voor zowel het *Uniform Pensioenoverzicht* (UPO) als *Pensioen 1-2-3*. Bovendien kan de pensioendeelnemer in mijnpensioenoverzicht.nl een overzicht vinden van alle pensioenregelingen waarin hij pensioen heeft opgebouwd en ziet hij een prognose van het uiteindelijk te bereiken pensioen.

De literatuur over de effectiviteit van verplichte communicatie geeft aanleiding tot scepsis over de werking van de hierboven beschreven wettelijke kaders. Ben-Shahar & Schneider (2010) spreken zelfs onomwonden van de *failure of mandated disclosure*. Een belangrijk argument voor die scepsis is dat er inmiddels zoveel verplichte communicatie op de burger afkomt dat die onmogelijk de tijd heeft om al die informatie actief te verwerken. Het is echter niet alleen de overdaad waardoor het probleem wordt veroorzaakt. Ook bij een decimering van de hoeveelheid verplichte communicatie achten de auteurs de kans klein dat die effectief is, omdat er zowel bij de wetgever als bij de producenten van die communicatie talloze obstakels zijn die de effectiviteit belemmeren. Bij de wetgever is er het probleem dat vastgesteld moet worden aan welke informatie de burger precies behoefte heeft om een goede beslissing te nemen. Commissies die met die vraag aan het werk worden gezet, komen doorgaans met lange lijsten met thema's die beslist aan de orde moeten komen. Veelal is volledigheid de norm, hetgeen doorgaans ten koste gaat van vindbaarheid en

begrijpelijkheid. Bovendien komen er na de invoering van de regels doorgaans klachten dat er nog steeds problemen bestaan en worden vervolgens de regels aangescherpt, meestal door nog meer verplichtingen op te leggen.

Aan de kant van de producenten is er vaak twijfel over het nut van de verplichting. Maar ook goedwillende producenten moeten volgens Ben-Shahar & Schneider (2010) eerst de complexe taak uitvoeren om de nieuwe regels goed te interpreteren, vervolgens de juiste data te genereren om de informatie te kunnen verstrekken en die dan in een effectieve vorm te presenteren. Als de wetgever ook over die presentatievorm regels heeft vastgelegd, hebben de producenten vaak het probleem dat differentiatie naar doelgroepen niet meer mogelijk is. Regels voor verplichte communicatie werken uniformerend, terwijl professionals in communicatie veelal streven naar maatwerk.

In ons onderzoeksproject heeft Louise Nell een studie gedaan naar de manier waarop 25 pensioenorganisaties omgingen met de wettelijke kaders die toen aan de orde waren (Nell & Lentz, 2013). De respondenten waren allen betrokken bij of verantwoordelijk voor de communicatie van het pensioenfonds of de pensioenverzekeraar. De interviews waren vooraf gestructureerd rond acht thema's die zowel het proces als de producten van pensioencommunicatie betroffen. Een belangrijke vraag was welke houding de organisaties hadden ten aanzien van het wettelijke kader voor pensioencommunicatie en in hoeverre dat kader hen in staat stelde de doelen te bereiken die zij zelf cruciaal achtten. Alle interviews zijn afgenomen door de eerste auteur (Nell), met een audio-opname geregistreerd en daarna getranscribeerd. In de analyse zijn alle uitingen die attitudes ten aanzien van de regelgeving betroffen apart gecategoriseerd en geanalyseerd.

De conclusie was duidelijk: een meerderheid van 18 van de 25 organisaties was er niet tevreden mee. Zij vonden de kosten voor het maken van de wettelijk verplichte documenten, zoals de startbrief en het Uniform Pensioenoverzicht (UPO), te hoog en schatten de effectiviteit in als laag. Een specifiek bezwaar tegen de regelgeving was dat die niet gericht is op de bereiken doelen van pensioencommunicatie maar op de concrete middelen. Pensioenorganisaties zouden vrij moeten zijn in het kiezen en ontwerpen van middelen, als het wettelijk kader duidelijk maakt wat de doelen zijn. Toch waren er ook zeven pensioenorganisaties die redelijk tevreden waren over de wetgeving, waarbij als bijzonder aandachtspunt genoemd werd dat de vergelijkbaarheid van pensioeninformatie voor deelnemers veel eenvoudiger is geworden. Sinds de invoering van een uniform pensi-

oenoverzicht kan elke deelnemer vrij eenvoudig zien hoeveel hij of zij heeft opgebouwd bij verschillende pensioenfondsen.

De respondenten rapporteerden verschillende strategieën om met het wettelijke kader om te gaan. Een kleine groep van vijf pensioenorganisaties was ontevreden, maar conformeerde zich (samen met de tevreden respondenten) aan de regels. Zij zouden de pensioendeelnemers graag op een andere manier informeren, maar zagen daartoe geen ruimte. Een tweede groep van acht pensioenorganisaties was eveneens ontevreden, voldeed met een minimale inspanning aan de wettelijke verplichtingen en investeerde in innovatie via andere communicatiemiddelen die niet gebonden zijn aan dat kader. Een kleine groep van slechts twee organisaties was ook ontevreden met de regels, maar zocht de grenzen op van de verplichte kaders en probeerde daarbinnen te innoveren. Die grenzen blijken ruimer te zijn dan menige organisatie denkt, getuige enkele creatieve varianten van bijvoorbeeld het Uniform Pensioenoverzicht. Daarmee wordt een aandachtspunt van Ben-Shahar & Schneider (2010) bevestigd: de interpretatie van het wettelijk kader door de producenten van de informatie is niet altijd feilloos. Tegelijkertijd zien we hier een heel aannemelijk sociaal effect van regels voor verplichte communicatie, waarbij de meerderheid zich aan die regels conformeert en geen ambitie toont om te innoveren in die middelen. Vernieuwing wordt gezocht in de middelen die niet beperkt worden door het wettelijke kader. In Meijer e.a. (2014) wordt dieper ingegaan op de vraag op welke gronden pensioenorganisaties kiezen voor een van de genoemde strategieën.

De opvatting van sommige pensioenorganisaties dat de verplichte pensioendocumenten niet effectief zijn, leent zich uiteraard goed voor nader empirisch onderzoek. Hoe staat het met de vindbaarheid en begrijpelijkheid van de verplichte documenten? Op die vraag gaan we hieronder in.

3 Vindbaarheid en begrijpelijkheid van pensioeninformatie

Onze tweede onderzoeksvraag heeft betrekking op de vindbaarheid en begrijpelijkheid van financiële informatie. Die vraag hebben we onderzocht in drie casestudies met pensioendocumenten (het Uniform Pensioenoverzicht, de startbrief en mijnpensioenoverzicht.nl). In elk van die casestudies is een vergelijking gemaakt tussen twee versies, waarbij de tweede een poging tot optimalisering van de eerste versie was. Nieuw aan deze casestudies, in vergelijking met eerder onderzoek naar de vindbaar-

heid en begrijpelijkheid van informatie in het medische domein (Lentz & Pander Maat, 2010; Pander Maat, Lentz, & Dost, 2015) was dat we in elke studie ook data verzamelden over het niveau van geletterdheid van de proefpersonen. Op die manier konden we niet alleen nagaan of een revisie tot betere prestaties leidde, maar ook in hoeverre het document een beroep doet op een bepaald niveau van geletterdheid. Er zijn redenen om te veronderstellen dat een zogenaamd Mattheüseffect optreedt (Rigney, 2010), een term die is ingegeven door de volgende bijbeltekst.

Want aan degene die heeft, zal gegeven worden, en wel overvloedig. Maar aan degene die niet heeft, zal zelfs nog ontnomen worden wat hij heeft. (Mattheus 13:12)

De pionier op dit terrein was de socioloog Merton (1968) die beschreef hoe succesvolle wetenschappers steeds makkelijker onderzoeksgeld verwerven en daardoor nieuwe onderzoekers kunnen aantrekken, meer publiceren en als gevolg daarvan nog weer succesvoller zijn in de race om onderzoeksgeld, terwijl de weinig succesvolle wetenschappers steeds meer moeite hebben hun schaarse onderzoekstijd te behouden. Aldus wordt de kloof tussen de beide groepen steeds groter. Rigney (2010) biedt een overzicht van het onderzoek naar dit effect in verschillende domeinen, zoals het onderwijs, de economie, cultuur en politiek. Tichenor, Donohue, & Olien (1970) toonden een vergelijkbaar effect aan in de context van nieuwsberichten en baseerden daar de hypothese van de 'knowledge gap' op. Ook in het domein van financiële communicatie is het goed denkbaar dat lezers met een zekere voorkennis over financiën en met een bepaald niveau van geletterdheid meer profiteren van optimalisering dan lezers die deze bagage in mindere mate hebben. In de economische literatuur bestaat een jarenlange traditie van gestandaardiseerde items waarmee financiële geletterdheid wordt gemeten (Alessi, Van Rooij, & Lusardi, 2011). Remund (2010, p. 284) komt op basis van een review van die literatuur tot de volgende definitie:

Financial literacy is a measure of the degree to which one understands key financial concepts and possesses the ability and confidence to manage personal finances through appropriate, short-term decision-making and sound, long-range financial planning, while mindful of life events and changing economic conditions.

In ons onderzoeksproject hebben wij de definitie beperkt tot twee componenten: de voorkennis van de lezer over financiële kwesties en zijn mate van geletterdheid. Beide zijn weer uiteengelegd in twee aspecten:

- Financiële voorkennis:
 - Algemene kennis over financiële concepten (aandelen, obligaties, rente, inflatie)
 - Specifieke kennis over het onderwerp van het document (bijvoorbeeld: pensioen)
- Geletterdheid:
 - Woordenschat in algemene zin
 - Leesvaardigheid

Telkens wanneer we een financieel document aan proefpersonen voorlegden, lieten we op deze vier aspecten van financiële geletterdheid testonderdelen meelopen. Daarbij blijven dus buiten beschouwing: de vaardigheden van proefpersonen om financiële beslissingen te nemen en het inzicht van proefpersonen in hun eigen financiële situatie. Die zijn natuurlijk allebei belangrijk voor financieel welzijn, maar ze maken geen deel uit van onze operationalisering van financiële geletterdheid.

Algemene financiële kennis werd getest met vragen over rente, inflatie, obligaties en aandelen. Een voorbeeld is de vierde vraag van deze toets over het beleggen in aandelen.

- 4) Geld beleggen in aandelen van één bedrijf geeft normaal gesproken een zekerder rendement dan geld beleggen in een fonds dat investeert in aandelen van verschillende bedrijven.
- waar
 niet waar
 ik weet het niet

Figuur 1 Een vraag over algemene financiële kennis in de kennistoets financiële geletterdheid

Specifieke vragen over pensioenzaken gingen over het verschil tussen pensioen en AOW, de invloed van verschillende zogenaamde levensmomenten op de hoogte van het pensioen en over het beleggingsbeleid van pensioenfondsen. Een voorbeeld van een vraag over specifieke kennis is in Figuur 2 weergegeven.

- 7) Welke factoren zijn van invloed op het pensioen dat u via uw werkgever ontvangt? Vink alle factoren aan die volgens u invloed hebben:
- a. Het salaris dat u per uur verdient
 b. Of u wel/niet AOW ontvangt
 c. Het aantal jaren dat u tot aan uw pensioen gewerkt heeft
 d. Geen van de bovenstaande factoren

Figuur 2 Een vraag over specifieke pensioenkennis in de kennistoets financiële geletterdheid

In het vervolg beperken wij ons tot de voornaamste resultaten in de drie casestudies, waarbij wij voor de methodische keuzes verwijzen naar Nell (2017). In grote lijnen bestond het materiaal voor de tests uit de volgende componenten.

- Een toets van de algemene woordenschat met items als *recalcitrant*, *billijk*, *scrupules* en een Cronbach's alfa die varieerde van .84 tot .91.
- Een cloze-toets (alleen bij de tweede en de derde case) met een tekst over orgaandonatie die we als een indicator zien voor algemene leesvaardigheid.
- Een toets over meer algemene financiële kennis (alleen bij de tweede en de derde case) met een Cronbach's alfa van .70 en .76.
- Een toets over specifieke voorkennis (niet bij de eerste case) met een Cronbach's alfa variërend van .60 tot .89.
- Een test met scenariovragen over het specifieke document, waarbij proefpersonen eerst de relevante passage moesten aanwijzen (vinden) en vervolgens de passage moesten interpreteren (begrijpen).

Casestudie I: het Uniform Pensioenoverzicht

De eerste casestudie is eerder gerapporteerd in Lentz & Pander Maat (2013), maar in dat artikel werd nog geen aandacht besteed aan de vraag over een eventueel Mattheüseffect. We hebben de data met die vraag opnieuw geanalyseerd. Het materiaal bestond uit twee versies van het UPO. Elke versie werd aan 100 proefpersonen voorgelegd. Die tweede versie was aanmerkelijk korter dan de eerste versie: het aantal woorden ging terug van 780 naar 484. Bovendien werd in de nieuwe versie van het UPO voor het eerst gebruik gemaakt van iconen bij de verschillende onderdelen van het document. In Lentz & Pander Maat (2013) rapporteren we een significante verbetering van de gemiddelde vindscore (van 71% naar 80%; $F [1,198]=12.19, p<.01, \eta^2=.058$) en begripsscore (van 86% naar 90%; $F [1,198]=3.95, p<.05, \eta^2=.020$). Maar in hoeverre doen de verschillende versies een beroep op geletterdheid?

In deze eerste studie benaderden we de geletterdheid van proefpersonen via enerzijds het opleidingsniveau en anderzijds de woordenschat. Leesvaardigheid en voorkennis zijn dus buiten beschouwing gebleven. De opleidingsvariabele hercodeerden we in twee dummy-variabelen (hoge opleiding en middenopleiding).

Met deze predictoren voerden we allereerst afzonderlijke regressieanalyses uit voor de twee UPO-versies. We lichten eerst de coëfficiënten in de regressietabellen toe. In deze analyse rekenen we voor vindcores, begripsscores en woordenschat met proporties in plaats van schalen. Dat betekent

voor de vindscore van het originele document (zie Tabel 1) bijvoorbeeld dat een respondent met een score 0 op de beide opleidingsvariabelen en met een woordenschatsscore van 0 (0%) naar schatting 34% van de antwoorden in het document vindt (alle predictoren staan op nul, zodat de score gelijk is aan het intercept 0.34). Daarentegen zal een hoog opgeleide (hoge opleiding = 1) met een woordenschatproportie van 1 (100%) 29% hoger scoren dankzij de opleiding en 23% hoger scoren dankzij de woordenschat, samen een hogere vindscore van naar schatting 52%.

In de linker kolom van tabel 1 is te zien dat voor het *vinden* van informatie in de originele versie lezerskenmerken 32% van de variantie verklaarden. In de revisie was dat nog maar 7%, waarbij alleen een hoge opleiding nog een factor van belang bleef. Het gereviseerde UPO deed dus een aanmerkelijk geringer beroep op de bagage van de lezers, waarbij het beroep op de woordenschat helemaal verdween. Voor het *begrijpen* van de informatie daalde de verklaarde variantie van 14% (met als voorspeller woordenschat) naar 6% (ook woordenschat). Ook voor dat deel van de prestatie daalde het beroep dat het document deed op de geletterdheid van de deelnemers. Meer algemeen blijkt dat voor begrijpen alleen woordenschat een rol speelt, maar voor vinden spelen ook andere, nog minder goed omschreven vaardigheden in documentverwerking een rol, die gepaard gaan met een hoger opleidingsniveau.

Tabel 1 Afzonderlijke regressiemodellen voor het vinden en begrijpen van informatie in twee UPO-versies

Model		B	SE	Beta	t	p
Vinden origineel R = 0.58; R ² * = 0.32; SE = .17	Intercept	0.34	0.10		3.42	<.001
	Opleiding midden	0.18	0.05	0.46	4.02	<.001
	Opleiding hoog	0.29	0.05	0.69	5.90	<.001
	Woordenschat	0.23	0.12	0.18	2.03	<.05
Vinden revisie R = 0.29; R ² = 0.07; SE = 0.17	Intercept	0.76	0.03		27.28	<.001
	Opleiding hoog	0.11	0.05	0.29	2.15	<.05
Begrip origineel R = 0.39; R ² = 0.14; SE = 0.16	Intercept	0.53	0.08		6.61	<.001
	Woordenschat	0.41	0.10	0.39	4.13	<.001
Begrip revisie R = 0.28; R ² = 0.06; SE = 0.10	Intercept	0.75	0.07		10.56	<.001
	Woordenschat	0.19	0.09	0.28	2.04	<.05

*Hier en elders wordt de Adjusted R² vermeld

Dit lijkt een bemoedigende trend, maar de vraag is of de verschillen ook significant zijn. We controleerden dat met een nieuwe regressieanalyse, uitgevoerd op de gehele dataset. Daarbij werden als voorspellers allereerst documentversie, de twee opleidingsdummy's en woordenschat gebruikt; daarnaast werden als interactietermen de producten toegevoegd van documentversie met de drie geletterdheidsvariabelen. Als een geletterdheidsvoorspeller significant in kracht afneemt in de revisie, zou de desbetreffende interactieterm een verbetering van het model moeten opleveren. Zo'n interactie-effect was echter niet zichtbaar. Om ruimte te sparen, laten we deze analyse verder buiten beschouwing. De conclusie luidt dat hoewel de versies substantieel verschillen in de totale variantie verklaard door geletterdheidsvoorspellers, er nog geen significant versieverschil hoeft te bestaan in de bijdrage van afzonderlijke voorspellers.

Casestudie 2: Startbrief

Door de wet Pensioencommunicatie werd de oorspronkelijke startbrief, die aan elke nieuwe deelnemer verplicht verstrekt moest worden, vervangen door het zogenaamde Pensioen 1-2-3. Beide documenten geven de kern van de pensioenregeling weer, maar in het nieuwe document is sprake van een gelaagde structuur, waarbij elke nieuwe laag meer details biedt over de regeling. In Nell, Lentz, & Pander Maat (2016) wordt gerapporteerd over een onderzoek waarin de oorspronkelijke startbrief in twee versies aan telkens 100 proefpersonen is voorgelegd. De ene versie was een pdf-document waarin de proefpersonen alleen maar door het document konden scrollen en de andere versie was hiërarchisch gestructureerd, waardoor proefpersonen door het document heen konden klikken. Op het eerste en het tweede niveau werd een korte toelichting bij de titels geboden, waarmee de gelaagdheid werd gesimuleerd. Wat betreft het vinden van informatie leidde de revisie niet tot betere prestaties (44% bij het origineel en 45% bij de revisie). En aangezien het correct lokaliseren van informatie vrijwel altijd ook een juiste interpretatie tot gevolg had, besteden wij verder geen aandacht aan de begripsprestaties. Op het eerste gezicht was de vindbaarheid van informatie dus niet zo best en bleek de revisie geen verbetering.

Een analyse van een mogelijk Mattheüseffect leidde tot dezelfde conclusie (zie Tabel 2). Daarbij werden per tekstversie regressieanalyses gedaan met als voorspellers: opleiding, woordenschat, leesvaardigheid, specifieke financiële kennis (kennis over pensioen) en algemene financiële kennis. Daarbij bleken alleen leesvaardigheid en algemene financiële kennis significante voorspellers. De verklaarde variantie wat betreft vindpres-

taties daalde enigszins, van origineel (32%) naar revisie (28%). Maar wederom toonde een tweede regressieanalyse met interactietermen (zie voor toelichting: de beschrijving bij de eerste casestudie) geen verbetering van het model.

Tabel 2 Regressiemodel voor het vinden van informatie in twee versies van de startbrief.

Model	Kenmerken proefpersonen	B	SE	Beta	t	p
Vinden origineel R = 0.58; R ² = 0.32; SE = .13	Intercept	0.16	0.04		3.94	<.001
	Leesvaardigheid	0.32	0.07	0.41	4.65	<.001
	Financiële kennis	0.16	0.06	0.27	2.98	<.01
Vinden revisie R = 0.54; R ² = 0.28; SE = .13	Intercept	0.16	0.05		3.01	<.01
	Financiële kennis	0.20	0.06	0.34	3.58	<.01
	Leesvaardigheid	0.25	0.07	0.32	3.31	<.01

Casestudie 3: Mijn Pensioenoverzicht

De website www.mijnpensioenoverzicht.nl biedt een overzicht voor elke pensioendeelnemer van de bij diverse pensioenorganisaties opgebouwde bedragen en de AOW-rechten. Deze informatie wordt beheerd door de Stichting Pensioenregister, een initiatief van de gezamenlijke Nederlandse pensioenfondsen, de pensioenverzekeraars en de Sociale Verzekeringsbank (SVB). Sinds 2011 bestaat deze informatievoorziening. In 2015 werd een nieuwe versie van het overzicht gepresenteerd. In Nell (2017) worden deze beide versies aan telkens 120 proefpersonen voorgelegd en getest op vindbaarheid en begrijpelijkheid van informatie. Ook nu bleek dat het vinden van informatie meestal gepaard ging met een juiste interpretatie, waardoor in het vervolg alleen de vindcores gerapporteerd worden. Die waren overigens hoger dan bij de voorgaande documenten (87% voor versie 1 en 91% voor versie 2). Tabel 3 toont de afzonderlijke regressieanalyses voor de tekstversies. Door de revisie daalde de verklaarde variantie van 20% (woordenschat en leesvaardigheid) naar 6% (financiële kennis). Wederom gingen we via een tweede analyse op de volledige dataset na of dit verschil significant is. Het bleek dat alleen woordenschat en financiële kennis relevante voorspellers waren. Voor deze analyse werden daarom naast documentversie ook woordenschat en financiële kennis in het model gebracht. Deze analyse wordt gerapporteerd in Tabel 4; het gaat daarin met name om de laatste regel.

Tabel 3 Regressiemodel voor het vinden van informatie in twee versies van www.mijn-pensioenoverzicht.nl

Model	Kenmerken proefpersonen	B	SE	Beta	t	p
Vinden origineel R = 0.46; R ² = 0.20 ; SE = 0.12	Intercept	0.60	0.05		12.42	<.001
	Woordenschat	0.21	0.06	0.34	3.63	<.001
	Leesvaardigheid	0.15	0.07	0.20	2.15	<.05
Vinden revisie R = 0.25; R ² = 0.06 ; SE = 0.14	Intercept	0.82	0.04		23.45	<.001
	Financiële kennis	0.15	0.06	0.25	2.73	<.01

Tabel 4 Regressiemodel met interacties tussen versie en geletterdheid: het Martinus-effect (cursief)

Model	Voorspeller	B	SE	Beta	t	p
Vinden R = 0.39; R ² = 0.13 ; SE = 0.13	Intercept	0.66	0.05		14.77	<.001
	Versie	0.16	0.07	0.56	2.37	<.05
	Algemene financiële kennis (AFK)	0.07	0.06	0.13	1.23	n.s.
	Woordenschat (WS)	0.21	0.07	0.31	3.00	<.01
	Interactie versie*AFK	0.08	0.08	0.18	0.91	n.s.
	<i>Interactie versie*WS</i>	<i>-0.21</i>	<i>0.10</i>	<i>-0.60</i>	<i>-2.04</i>	<i><.05</i>

Voor financiële kennis is geen sprake van een interactie. Maar de interactie tussen versie en woordenschat is significant en negatief. Aan de coëfficiënten (kolom B) is te zien dat het maximale woordenschatteffect van 21% in de originele versie wordt ‘weggenomen’ in de gereviseerde versie. Er is dus sprake van een omgekeerd Mattheüseffect, waarvoor we in de literatuur nog geen naam tegen zijn gekomen. Op de slotconferentie van het NWO-programma Begrijpelijke Taal hebben we dit het *Martinuseffect* genoemd, naar de Utrechtse beschermheilige die zijn mantel deelde met een bedelaar. Een passend eerbetoon, omdat op de dag van die conferentie (13-11-2016) het 1700 jaar geleden was dat Martinus werd geboren. Alleen in deze derde casestudie hebben we zo’n Martinuseffect gevonden: de revisie van MPO deed een significant geringer beroep op de woordenschat van de proefpersonen dan het origineel bij het vinden van informatie. Daarmee heeft de revisie geleid tot een verkleining van de kloof tussen hoger en lager geletterden.

4 Conclusies en discussie

We hebben in het eerste deel van dit artikel laten zien dat de regels voor financiële communicatie over pensioenen gedetailleerder zijn uitgewerkt dan voor hypotheek en incasso, met nauwkeurige voorschriften voor verschillende documenten op het niveau van de verplichte thema's, de structuur en de vormkenmerken. We zien ook dat de brancheorganisaties voor het pensioen duidelijker de regie in handen nemen dan de banken voor de hypotheekinformatie. In het domein van de pensioenen onderzochten we hoe de pensioenorganisaties reageren op de regelgeving en we concluderen dat men er overwegend negatief tegenover staat. Pensioenorganisaties vinden dat de regels niet helpen om helder met de deelnemer te communiceren. Zij twijfelen over de effectiviteit van de verplichte documenten, zoals het UPO, de startbrief en Pensioen 1-2-3.

Dat er inderdaad problemen ontstaan met de vindbaarheid en begrijpelijkheid van die documenten werd duidelijk in de casestudies. Proefpersonen hebben moeite om in het UPO de juiste informatie te vinden (een gemiddelde score van 71% bij het origineel) en in de startbrief was de score 44%. Alleen in *mijnpensioenoverzicht.nl* kregen we een bevredigende vindscore van 87% die in de revisie steeg naar 91%. We zagen ook dat de documenten een fors beroep doen op de financiële geletterdheid van de lezers. Bij de eerste twee casestudies verklaarde die ruim 30% van de variantie in de vindprestatie. In de derde casestudie bleek dat het materiaal een geringer beroep deed op de geletterdheid van de proefpersonen.

Het is niet eenvoudig te verklaren waarom in de casestudies telkens weer andere aspecten van geletterdheid de variantie het best verklaren. Toch zijn er wel enkele lessen te trekken. In de eerste plaats is het opleidingsniveau alleen een significante voorspeller in studies waarin een relatief kleine set geletterdheidsindicatoren is gebruikt, zoals in de eerste studie. Ten tweede vinden we geen effecten van specifieke voorkennis, alleen van algemene financiële kennis. Ten derde blijkt voor onze financiële documenten niet zozeer voorkennis, maar traditionele geletterdheid nodig te zijn. Het UPO deed vooral een beroep op de woordenschat, terwijl mijnpensioenoverzicht en de startbrief vooral een beroep op de leesvaardigheid deden. Soms deed het document wel een beroep op de voorkennis (MPO) en soms niet (startbrief). De revisies van UPO en MPO waren niet door de onderzoekers gecontroleerd en waren dus gericht op allerlei niveaus van tekstkwaliteit. Soms waren er iconen toegevoegd en was de vormgeving ingrijpend herzien (UPO), soms in combinatie met ingrepen op het niveau van de structuur (MPO) en veelal ook op het niveau van de inhoud (zoals

bij MPO). Daarbij merken we op dat de revisies in kwestie zich niet specifiek hebben gericht op het zinsniveau en de woordmoeilijkheid.

Meer onderzoek is wenselijk naar de vraag welke kenmerken van documenten een beroep doen op specifieke aspecten van geletterdheid en op welke manier gecontroleerde revisies daar invloed op uitoefenen. Hoe dan ook, lijkt het ons raadzaam om altijd in test-hertest-onderzoek die geletterdheid mee te nemen in de testbatterij. Wie die factor negeert, loopt het risico een cruciaal aspect van verschillende versies van het document over het hoofd te zien, namelijk het beroep dat gedaan wordt op de geletterdheid van de lezer.

In de derde casestudie hebben we, wat betreft de vindbaarheid van informatie, een omgekeerd Mattheüseffect gevonden: de kloof tussen lezers met een hogere en een lagere woordenschat werd bij het vinden van informatie kleiner als gevolg van de revisie. Dit effect hebben we het Martinuseffect genoemd.

Het NWO-programma *Begrijpelijke Taal* is inmiddels afgerond, maar ons onderzoek naar financiële communicatie gaat nog door. Er worden naast het proefschrift van Louise Nell nog twee proefschriften afgerond (Herijgers, Sikkema) en er is een nieuw project gestart dat gefinancierd wordt door de pensioensector (Netspar), waarin we de mogelijkheden verkennen om maatwerk in pensioencommunicatie te realiseren. De kennisgeving met het domein van financiële communicatie is wat ons betreft om verschillende redenen bijzonder inspirerend.

In de eerste plaats vanwege het complexe samenspel van regelgeving en toezicht enerzijds en de praktijk van (veelal grote) financiële instellingen anderzijds. Hoe werken regels voor verplichte communicatie? Welke kenmerken maken sommige regels meer effectief dan andere? Waarom gaan sommige stelsels van regels zo veel verder dan andere en welke gevolgen heeft dat voor de praktijk van de uitvoering en de effectiviteit bij de gebruiker? Dat zijn vragen waar we nog lang niet op uitgekeken zijn.

In de tweede plaats vanwege de interessante dwarsverbanden tussen het onderzoek naar financiële communicatie en andere disciplines, zoals de economie (financiële geletterdheid), rechtswetenschap (wet- en regelgeving), bestuurswetenschap (transparantie en management van communicatie) en geschiedenis (een historisch perspectief op sparen, schulden en geletterdheid). Wij hebben inmiddels samenwerking met collega's uit elk van die disciplines en ervaren dat als een verrijking. Verwerving van nieuwe onderzoeksgelden is kansrijker als zulke samenwerkingsverbanden daar deel van uitmaken.

In de derde plaats ervaren we dat ons onderzoek beter zichtbaar wordt

in het maatschappelijke veld als we ons concentreren op specifieke domeinen, zoals gezondheid of financiën. Het NWO-programma *Begrijpelijke Taal* heeft op dat punt een belangrijke bijdrage geleverd aan de zichtbaarheid van ons vakgebied. Voor de toekomst van de taalbeheersing lijkt het ons van wezenlijk belang dat die zichtbaarheid versterkt wordt en duurzaam gemaakt wordt. Dit betekent voor ons dat de investeringen die in een het domein van financiële communicatie gedaan zijn de komende jaren gecontinueerd en liefst versterkt worden.

Bibliografie

- Alessie, R.J.M., van Rooij, M.C.J., & Lusardi, A. (2011). Financial literacy and retirement preparation in the Netherlands. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 527-545.
- Ben-Shahar, O., & Schneider, C. (2010). The failure of mandated disclosure. *University of Pennsylvania Law Review*, 159, 647 – 749.
- Herijgers, M.L.C. (in voorbereiding). *A case study on multichannel mortgage communication packages for first time home buyers*. Proefschrift Universiteit Utrecht.
- Hoeken, H., Geest, T. van der, Goot, M. van der, Hornikx, J., Jongenelen, M., & Kruikemeier, S. (2011). De rol van begrijpelijke taal in een digitale context. Ontwikkelingen op de domeinen Leven Lang Leren, complexe financiële producten, bestuur en politiek, en gezondheid. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 33(3), 266-286.
- Lentz, L., & Pander Maat, H.L.W. (2016). *De nieuwe regels voor pensioencommunicatie in de praktijk*. Tilburg: Netspar Brief, editie o6.
- Lentz, L.R. & Pander Maat, H.L.W. (2010). Een betere bijsluiter. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 32(2), 128-151.
- Lentz, L., & Pander Maat, H.L.W. (2013). De gebruiksvriendelijkheid van het UPO en de startbrief. Tilburg: Netspar Occasional Paper.
- Meijer, A.J., Grimmelikhuijsen, S.G., Nell, M.L., & Lentz, L.R. (2014). Organizational arrangements for targeted transparency. *Information Polity*, 19(1, 2), 115-127.
- Merton, R. K. (1968). The Matthew effect in science. *Science*, 159(3810), 56-63.
- Nell, M.L. (2017). *Multichannel pension communication: An integrated perspective on policies, practices and literacy demands*. Proefschrift Universiteit Utrecht.
- Nell, M.L., & Lentz, L.R. (2013). *Pensioenorganisaties en communicatiewetgeving: Exploratief onderzoek naar keuzes en verplichtingen*. Tilburg: Netspar NEA Paper 49.
- Nell, M.L., Lentz, L.R., & Pander Maat, H.L.W. (2016). *Effecten van gelaagdheid in pensioendocumenten: een gebruikersstudie*. Tilburg: Netspar Design Paper 53.
- Pander Maat, H.L.W., Lentz, L.R. & Dost, Daphne (2015). An evidence-based proposal for patient information leaflets. *Information Design Journal*, 21(3), 225-243.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- Rigney, D. (2010). *Matthew Effect. How advantage begets further advantage*. New York: Columbia University Press.
- Sikkema, T. (in voorbereiding). *De schuld van incasso*. Proefschrift Universiteit Utrecht.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170.

Over de auteurs

Leo Lentz is hoogleraar Tekstontwerp en Communicatie aan de Universiteit Utrecht en doet onderzoek naar de begrijpelijkheid van teksten en de gebruiksvriendelijkheid van digitale documenten. Dat gebeurt zowel in contractonderzoek voor derden (ministeries, gemeentes, verzekeraars), als in door NWO gefinancierd onderzoek. In het kader van het NWO-programma *Begrijpelijke Taal* was hij projectleider van een onderzoek naar de begrijpelijkheid van financiële communicatie.

Louise Nell is in het voorjaar van 2017 gepromoveerd op een onderzoek naar pensioencommunicatie dat werd uitgevoerd aan de Universiteit Utrecht en het onderzoeksinstituut UiL-OTS. Voor het in dit artikel beschreven onderzoek verkreeg zij ook financiering van Netspar, een stichting die onderzoek stimuleert naar de financiering van de 'oude dag'. Zij werkte eerder als adviseur bij Sabel Communicatie en werkt nu als adviseur en onderzoeker bij Customer Revolution in Den Haag.

Henk Pander Maat is Senior Docent-Onderzoeker bij de afdeling Taal en Communicatie (Universiteit Utrecht) en het onderzoeksinstituut UiL-OTS. Hij houdt zich bezig met de kwaliteit van teksten waarmee experts leken proberen te bereiken, en waarmee organisaties klanten en burgers proberen te bereiken. Hij was co-promotor in het onderzoek van Louise Nell dat in dit artikel wordt besproken.