

Veel mensen denken dat ik niet van ingewikkelde woorden hou, dat het altijd maar makkelijk moet. Dat is niet waar, ik hou van mooie lange woorden. In-demniteitsbeginsel, contra proferentem regel. Proportionaliteitsbeginsel en subrogatie vind ik ook mooi. Het zijn woorden die in één keer duidelijk maken wat er bedoeld wordt.

## Mooie grote woorden

TEKST MIEKE DADEMA, SOEPEL.NU

**P**robleem is alleen dat dat ene woord door slechts een handjevol mensen wordt begrepen. Zelfs de woordenlijst van Word kent het woord 'proferentem' niet. Ik kan het vervangen door 'preferente' of door 'proberende' volgens Word, gelukkig kun je woorden toevoegen aan het woordenboek van Word en heb ik dus nu wel 'proferentem' er in staan.

Veel van dit soort woorden komen uit het recht, uit de wetboeken en die gebruiken wij in de verzekeringen met veel plezier. Als ik polisvoorwaarden schrijf, maak ook ik er graag gebruik van. Totdat ik in een product ontwikkelingstraject met mijn neus op de feiten wordt gedrukt. Het product moet begrijpelijk zijn voor de doelgroep. En de doelgroep is over het algemeen niet een groep juristen of verzekeringstechnen. Zou wel eens leuk zijn, een omgekeerd product te maken en de voorwaarden te schrijven op het allermoeilijkste taalniveau. Al was het alleen maar als experiment.

Je komt mij te pas en te onpas tegen over makkelijke en toegankelijke taal. Dat is niet zomaar. Het aantal laagletterden in Nederland groeit. Begin december kwam een onderzoek uit waaruit bleek dat 33 procent van de Nederlandse vijftienjarigen op het allerlaagste niveau van lezen scoren. De norm binnen de EU



is maximaal vijftien procent. Ik schrik daar erg van. Vooral ook omdat het aandeel slecht lezende kids de afgelopen tien jaar drastisch is toegenomen en het aantal sterke lezers afneemt. En met slecht lezen bedoelen we dat die kinderen zo weinig taalvaardig zijn dat ze niet het eindniveau vmbo of mbo 2/3 halen.

Dit betekent dat we over vijf jaar als deze kinderen hun verzekeringen moeten gaan regelen (ervan uitgaande dat mama of papa dat nog wel eventjes doet) een derde van de mensen niets begrijpt van de woorden die wij graag gebruiken. Dan kan ik zelf heel blij worden van verzekeringswoorden, maar mijn klanten niet. Ze kunnen alleen makkelijke woorden en korte zinnen lezen, ze slagen er niet in om formulieren goed in te vullen.

En natuurlijk kunnen we allemaal roepen, dat ligt aan het onderwijs! Of: dat ligt aan de socials! Dat mag allemaal wel zo zijn, maar het 'waarom' doet er voor ons als adviseurs niet zoveel toe. We worden ermee geconfronteerd en zullen onze producten en diensten er op moeten aanpassen. En die mooie woorden? Ik denk dat ik een verzekeringswoordenboek ga uitbrengen (ik word echt oud, bedenk mij nu). Of misschien een cursus 'mooie lange verzekeringswoorden' geven. Of inderdaad een verzekeringsproduct maken met de meest ingewikkelde taal. Ze moeten niet verdwijnen, die mooie woorden, ze zijn waardevol. Maar onze klanten veranderen, ze kunnen minder goed lezen en dus moet je er wel aan, aan die makkelijke woorden. Of je nou van ingewikkelde woorden houdt, of niet. ■

**'Het waarom doet er niet zoveel toe'**