

Duidelijke communicatie steeds belangrijker door verschuiving naar online dienstverlening

Sinds de coronacrisis schakelen gemeenten en andere overheidsorganisaties zoveel mogelijk over op digitale of telefonische dienstverlening. Duidelijk communiceren wordt daarom steeds belangrijker, zeker als je iedereen wilt bereiken. Zoals mensen die moeite hebben met lezen en schrijven, en diegenen die niet meer naar de balie (durven) komen. Duidelijk communiceren: hoe pak je dat aan? We vragen het Kay Bemelen (brigadeleider Direct Duidelijk, BZK) en Victor Zuydweg (initiatiefnemer Gebruiker Centraal, ICTU). Samen maken zij de Direct Duidelijk Tour.

Tekst: Margreet van Druten

OM BIJ HET BEGIN TE BEGINNEN: WAT IS DE DIRECT DUIDELIJK TOUR?

Kay: "De Direct Duidelijk Tour is een serie gratis webinars die we sinds mei 2020 organiseren. De webinars gaan over duidelijke, bruikbare en toegankelijke overheidscommunicatie en -dienstverlening. Iedere aflevering heeft een eigen thema, zoals draagvlak organiseren, omgaan met laaggeletterden, communiceren in tijden van crisis, het gebruik van beeld, enzovoorts. Wij proberen met de Direct Duidelijk Tour – indirect – een steentje bij te dragen aan duidelijke overheidscommunicatie. Maar uiteindelijk zijn het de medewerkers bij de gemeenten, de waterschappen en alle

andere overheidsorganisaties die 'het echte werk' verzetten, die direct met inwoners en bedrijven communiceren. Dus lof voor iedereen die zich hard maakt voor duidelijk communicatie in zijn of haar organisatie!"

Victor: "De webinars zijn laagdrempelig en praktisch van insteek. We hebben in elke uitzending meerdere gasten die vanuit hun praktijkervaring iets vertellen. Dit zijn zowel experts als ervaringsdeskundigen, mensen die bijvoorbeeld zelf laaggeletterd zijn of zijn geweest. Kijkers kunnen vragen stellen. En dit doen ze ook veel. Elk webinar wordt in feite gemaakt voor en door onze kijkers."



Kay Bemelen, brigadeleider Direct Duidelijk, BZK

WELKE TIPS UIT DE TOUR GEVEN JULLIE MEE AAN DE LEZERS VAN B&R?

Victor: "De rode draad die er tot nu toe – voor mij – uitspringt, is: niets over ons, zonder ons. Dit haakt mooi aan bij wat ik net zei: het betekent simpelweg dat je je doelgroep moet kennen. Niet alleen vanuit de theorie. Niet enkel gevangen in persona's. En al helemaal niet vanuit aannames die je vanachter je bureau maakt. Je moet je doelgroep écht kennen. Zoek ze op, nodig ze uit, ga bij ze langs. Vraag wat ze van je tekst vinden. En beter nog: kijk en observeer of ze het echt snappen. Het zien van hun gezichten en emoties heeft veel meer effect dan feedback op papier."

"Elk webinar wordt in feite gemaakt voor en door onze kijkers"

Kay: "Veel Nederlanders hebben moeite met 'overheidstaal'. En dan heb ik het niet alleen over de zogeheten laaggeletterden. Voor hen is overheidstaal extra lastig. Laaggeletterden zijn mensen die niet goed kunnen lezen, schrijven of rekenen. Naar schatting zijn dit zo'n 2,5 miljoen Nederlanders. Eén op de zeven! De kans is dus behoorlijk groot dat er mensen met laaggeletterdheid in jouw doelgroep zitten. Omdat dit best een verborgen probleem is – mensen lopen hier over het algemeen niet mee te koop – zitten laaggeletterden niet zo in

ons vizier. Daarom is het extra belangrijk om met deze mensen rekening te houden in je communicatie. Doe je dit, dan houd je automatisch rekening met de grote groep mensen die óók moeite heeft met overheidstaal."

"Menselijk contact is belangrijk voor mensen die laaggeletterd zijn"

HOE HOUD JE REKENING MET LAAGGELETTERDEN?

Kay: "Je kunt ervaringsdeskundigen inschakelen. Dit zijn mensen die laaggeletterd zijn of waren. Bijvoorbeeld via Stichting ABC of Stichting Lezen en Schrijven. Die ervaringsdeskundigen kunnen jou precies vertellen wat voor hen ingewikkelde termen zijn, met welke symbolen of beelden ze moeite hebben en vooral: hoe het beter kan. Hier komen vaak verrassende inzichten uit, zelfs al ben je gewend om op taalniveau B1 te schrijven. Zo deelde een ervaringsdeskundige tijdens een van onze webinars het voorbeeld van de goedbedoelde vraag: 'Worstelt u met uw administratie?' Veel te lastig, omdat het een soort beeldspraak is. Beter is: 'Vindt u de formulieren die u moet invullen moeilijk?' Wat verder belangrijk is: korte zinnen, geen moeilijke woorden en schrijf je wat je bedoelt. En een fysieke balie, want menselijk contact is belangrijk voor mensen die laaggeletterd zijn. Dus in deze coronatijd is het fijn als de balies openblijven. Al dan niet op afspraak."

Victor: "Ik zeg altijd: testen, testen, testen. En dan nog een keer testen. Vanaf de start – of zo vroeg mogelijk – tot het eind. Met jouw doelgroep, inclusief laaggeletterden. Dat hoeft helemaal niet duur te zijn. Je kunt bijvoorbeeld mensen vragen even mee te kijken als ze wachten tot ze aan de beurt zijn bij de gemeentebalie. Of gewoon buiten op straat."

ZIJN DUIDELIJKE TEKSTEN HET BELANGRIJKST?

Victor: "Duidelijke brieven, webpagina's en andere middelen zijn belangrijk. Maar het gaat vooral ook om wat daarachter zit: de regelgeving en de processen. Duidelijke dienstverlening begint bij het proces, niet bij de brief. De brief is de sluitpost. Ook de instelling of denkwijze van ambtenaren is belangrijk. Zij moeten empathie voelen voor degenen voor wie ze het allemaal doen. Ze moeten behoeftes, wensen, gedrag en vaardigheden vertalen naar duidelijke communicatie en dienstverlening. Dit kan soms lastig zijn. Wij laten in de Direct



Victor Zuydweg, initiatiefnemer en projectleider
Gebruiker Centraal, ICTU

Duidelijk Tour graag de mooie en goede voorbeelden zien.”

WAT IS NOG MEER VAN BELANG BIJ DUIDELIJKE COMMUNICATIE?

Victor: “Wij zijn in Nederland verplicht om gebruik te maken van overheidsdiensten. We kunnen niet kiezen of we onze belastingaangifte indienen bij het UWV, bij de gemeente of bij de bakker op de hoek. We hebben als overheid daarom de morele plicht om te zorgen dat iedereen kan meedoen. Laten we dan ook zorgen dat iedereen kán meedoen. En laten we zorgen dat communicatie ook in de toekomst duidelijk, bruikbaar en toegankelijk is. Duidelijk communiceren is niet een project dat op een gegeven moment klaar is. Het is nooit af. Je moet er altijd mee bezig blijven. En als je zelf voorstander of ‘ambassadeur’ bent van duidelijk communiceren, is het ook belangrijk dat je de mensen in de organisatie doorlopend motiveert en inspireert om daarmee aan de slag te blijven.”

Kay: “Houd elkaar scherp, inderdaad. En houd je managers scherp. Want als zij niet meewerken, kom je niet ver met je plannen voor duidelijk communiceren. Je managers moeten doordrongen zijn van het belang. Niet alleen zodat zij geld, middelen en mensen beschikbaar stellen; ook om zelf het goede voorbeeld te geven. Dit motiveert alle medewerkers om hetzelfde te doen. We hebben hier een heel webinar aan gewijd: hoe creëer je draagvlak? Want draagvlak is niet in iedere organisatie een vanzelfsprekend gegeven.”

ZIJN ER OOK ADVIEZEN SPECIFIEK GERICHT OP BURGERZAKEN?

Victor: “Eigenlijk gaan al onze webinars over onderwerpen die bij Burgerzaken spelen. Het contact tussen inwoners

of bedrijven en de overheid wordt gedefinieerd door dienstverlening. En die speelt zich voor een groot deel af op het terrein van Burgerzaken. Medewerkers van de afdeling Burgerzaken zijn het visitekaartje van de overheid. Zij zijn de verbindende schakel tussen overheid en inwoners of bedrijven. Zij weten dus als de beste waar mensen moeite mee hebben. Waar ze tegenaan lopen. Welke vragen ze hebben. Wat ze nodig hebben. Wie de mensen met vragen zijn. Waardevolle informatie dus om in je organisatie te gebruiken. Om je communicatie en dienstverlening mee te verbeteren. En richting leidinggevend: hoe beter je het ‘aan de voorkant’ regelt, hoe minder mensen achteraf met vragen naar de balie komen of naar de organisatie bellen. Het kost natuurlijk tijd – en dus geld – om je communicatie te verbeteren, maar dit is een investering die veel oplevert. Namelijk een besparing van kosten, minder juridisch gedoe, en vooral: iedereen kan meedoen.”

“Duidelijk communiceren is niet een project dat op een gegeven moment klaar is: het is nooit af”

Staatssecretaris Raymond Knops zag de noodzaak tot begrijpelijker taalgebruik door overheidsorganisaties en richtte Direct Duidelijk op. Direct Duidelijk helpt overheidsorganisaties met het verbeteren van overheidsteksten, via trainingen, tips en de Direct Duidelijk Tour: een serie gratis webinars waarin experts en ervaringsdeskundigen aan het woord komen over duidelijke overheidscommunicatie.

De Direct Duidelijk Tour wordt georganiseerd door Gebruiker Centraal en Direct Duidelijk. Gebruiker Centraal is een (kennis)community voor professionals die werken aan de (online) dienstverlening van de overheid.

De webinarserie krijgt – wegens succes – een vervolg in 2021. Kijk eerdere webinars terug, bekijk het programma voor de komende webinars en meld je direct gratis aan via directduidelijk.gebruikercentraal.nl.