

Een blijvende indruk?!

Over het effect van de eerste indruk en ruimte op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze van een zakelijke brief

Joanneke de Jongh
3506819
Eindwerkstuk TCS Communicatiekunde
23-6-2012
Begeleider: Hanny den Ouden

SAMENVATTING

Zakelijke correspondentie wordt gelezen met het doel te bepalen of, en ja welke, actie nodig is van de lezer. Dat brengt een leesstrategie met zich mee waarbij in de eerste paar seconden wordt besloten hoe grondig de brief gelezen gaat worden. Bovendien wordt een oordeel gevormd over de waardering en begrijpelijkheid van de brief. De invloed van die eerste indruk is echter niet bekend.

Eén van de elementen die de eerste indruk bepaald, is de manier waarop ruimte in een brief wordt ingezet. Maar ook de invloed van ruimte is niet bekend. Om deze kennis te vergaren, zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd: Wat is het effect van ruimte op de eerste indruk? Wat is het effect van ruimte op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze van een zakelijke brief? Wat is het effect van de eerste indruk op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze van een zakelijke brief?

Om antwoord te krijgen op de hoofdvraag is ten eerste een exploratief vooronderzoek uitgevoerd om te bepalen welke elementen een rol spelen bij een eerste indruk. Ten tweede is een experimenteel onderzoek uitgevoerd. 202 proefpersonen kregen een ruimtelijke of een niet-ruimtelijke zakelijke brief te zien voor 25 seconden. De ruimtelijke versie had meer witregels tussen de alinea's, een ruimere linkermarge en een uitgelijnde tekst. Hierna vulden de proefpersonen een vragenlijst in om de eerste indruk te meten. Na het invullen kregen de proefpersonen de brief terug om hem helemaal te lezen en om de rest van de vragenlijst in te vullen.

De eerste indruk van een zakelijke brief bleek effect te hebben op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze. Een positievere en duidelijke eerste indruk verhogen de waardering van een brief, zorgen voor een beter begrip en stimuleren de lezer de brief grondiger te lezen. Ruimte bleek geen effect te hebben op de eerste indruk of de waardering en begrijpelijkheid. Het loont dus om aandacht te besteden aan de eerste indruk van een brief.

H1 Inleiding 4

H2 Aanleiding 5

2.1 Zakelijke correspondentie 5

2.2 Eerste indruk 6

2.3 Typografie: ruimte 7

H3 Vooronderzoek 9

3.1 Methode 9

3.2 Resultaten 11

3.3 Conclusie 13

H4 Hoofdonderzoek 14

4.1 Methode 14

4.2 Resultaten 16

4.3 Conclusie 23

H5 Conclusie 25

Literatuurlijst 26

Bijlage A1: Duidelijkheid en Bejegeningmodel 28

Bijlage A2: Originale brief 'Aanpassing toeslag AOW' 29

Bijlage A3: Gereviseerde brief na analyse met Duidelijkheid en Bejegeningmodel 30

Bijlage A4: Gereviseerde brief na plus-en-minonderzoek, Ruimtelijk en Niet-ruimtelijk 31

Bijlage B1: Vragen vooronderzoek 32

Bijlage B2: Resultaten vooronderzoek 33

Bijlage B3: Resultaten plus-en-minmethode 34

Bijlage C: Vragen hoofdonderzoek 38

H1 INLEIDING

Er is geen tweede kans voor een eerste indruk. En die eerste indruk vormt zich razendsnel. Uit onderzoek binnen de psychologie blijkt dat mensen binnen één tiende van een seconde hun mening over iemand anders gevormd hebben (Willis & Todorov, 2006). Die mening wordt in de seconden daarna steeds sterker en is moeilijk nog te veranderen.

Maar niet alleen mensen worden zo snel beoordeeld; ook teksten worden beoordeeld op basis van een korte leestijd. Mensen zijn niet in staat aanzienlijke energie te steken in het nadenken over alle berichten die ze tegenkomen. (Petty & Wegener, 1999; Hassan, 2011) Daarvoor komt er in de huidige informatiemaatschappij, teveel informatie op hen af. Om die stroom aan informatie aan te kunnen, heeft de moderne lezer geleerd documenten te scannen, en alleen het hoognodige te lezen (Nielson, 1997, in: Chi, Gumbrecht & Hong, 2007).

Eén van de zenders van die informatie is de overheid die elk jaar miljoenen brieven verstuurt naar haar burgers. De burger moet goed kunnen begrijpen wat de overheid communiceert en moet weten wat haar rechten en plichten zijn. De overheid steekt daarom veel energie in het optimaliseren van haar brieven. Een voorbeeld daarvan is het project Bouwen aan Brieven waarin een paar brieven online beschikbaar wordt gesteld voor feedback van burgers.

Het onderzoek dat in dit verslag centraal staat, draagt bij aan het optimaliseren van brieven door te toetsen welke elementen van een brief invloed hebben op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze. Een van die elementen is de eerste indruk die lezers krijgen na het scannen van een brief. In hoofdstuk 2 wordt de theoretische aanleiding tot het onderzoek uiteengezet. In hoofdstuk drie en vier is het verslag te lezen van het voor- en hoofdonderzoek. In hoofdstuk vijf staat de conclusie.

H2 AANLEIDING

2.1 ZAKELIJKE CORRESPONDENTIE

Zakelijke correspondentie onderscheidt zich van andere vormen van communicatie door haar specifieke kenmerken. Ten eerste is zakelijke correspondentie altijd functioneel (Janssen, 1996). Een brief wordt geschreven met een bepaald doel voor ogen, bijvoorbeeld om te informeren over een juridische beslissing waardoor er iets verandert in de situatie van de lezer. Om dat doel te bereiken kunnen twee eisen gesteld worden aan de brief; hij moet begrijpelijk zijn en efficiënt. De lezer moet de informatie goed kunnen begrijpen zodat de boodschap overkomt. Daarnaast moet de lezer het idee hebben volledig geïnformeerd te zijn, zodat er geen aanvullend contact nodig is tussen de lezer en de organisatie.

Ten tweede wordt zakelijke correspondentie namens een organisatie verstuurd (Janssen, 1996). Een brief draagt daardoor bij aan het imago van de organisatie en kan die positief of negatief beïnvloeden. Een goed imago stimuleert de lezer om de boodschap te aanvaarden en vermindert de kans op negatieve reacties als het indienen van een bezwaarschrift. Om het imago positief te beïnvloeden kunnen drie eisen gesteld worden aan brieven; gepast, aantrekkelijk en correct. Een brief is gepast wanneer recht wordt gedaan aan de relatie tussen lezer en organisatie. Zo moet de toon van de brief niet betuttelend of autoritair zijn maar redelijk en professioneel. Bij aantrekkelijkheid spelen vooral de structuur en lay-out van de brief een rol. Tot slot moet de informatie in de brief correct zijn.

Om brieven te beoordelen worden verschillende modellen gebruikt, waaronder het Duidelijkheid en Bejegeningmodel. Dat model biedt handvatten om te beoordelen of de brief duidelijk genoeg is en of de lezer op de juiste manier benaderd wordt. Duidelijkheid wordt gesplitst in de kernboodschap en het taalgebruik. Bij de kernboodschap staat centraal of de informatie in de brief relevant is en of het voldoende onderbouwd is. Bovendien wordt bekeken of de structuur van de informatie correct en duidelijk is. Het taalgebruik wordt volgens algemene regels getoetst op zins- en woordniveau. Bejegening wordt ook opgedeeld in twee onderdelen; de mate van betrokkenheid en professionaliteit. Getoetst wordt of er voldoende oog is voor de specifieke situatie en emotie van de ontvanger en of er een goede balans bestaat tussen een persoonlijke en zakelijke benadering. (Pool & Brand, 2008) In bijlage A1 staat de uitwerking van het model.

2.2 EERSTE INDRUK

Modellen zoals het CCC-model en het Duidelijkheid en Bejegeningmodel zijn opgesteld om de tekst te kunnen beoordelen, maar nemen niet het leesproces onder de loep. Teksten worden op uiteenlopende manieren gelezen afhankelijk van het doel dat de lezer heeft. Schriver (1997) noemt in haar boek *Dynamics in Document Design*, vier leesdoelen waaronder het 'lezen om te beoordelen'. Onder andere brieven van officiële instanties worden met dit doel gelezen, om de relevantie van de inhoud te evalueren en om te bepalen of, en zo ja welke, actie nodig is (Diehl & Mikulecky, 1981, in: Schriver, 1997).

Het 'lezen om te beoordelen' brengt een leesstrategie met zich mee die marketeers de *three-second lookover* noemen (Schriver, 1997). Lezers zullen binnen drie seconden de beslissing nemen om verder te kijken of niet, en binnen tien seconden bepalen of ze verder zullen lezen (Adair, 2006). Dat proces wordt ook wel *scannen* of *skimmen* genoemd. Tijdens het scannen van de brief krijgt de lezer een indruk van de inhoud, lengte en het doel van de brief. Die eerste indruk kan bepalend zijn voor de waardering van de lezer over de brief en zijn afzender.

De eerste indruk kan ook beïnvloeden hoe grondig de brief gelezen wordt. Het Elaboration Likelihood Model stelt dat de hoeveelheid aandacht die aan een brief gegeven wordt, onder andere afhangt van de motivatie van de lezer (Straatsma, 2009; Petty & Wegener, 1999). Verschillende dingen spelen een rol bij de motivatie om een brief te lezen waaronder de persoonlijke relevantie van de brief. Omdat een brief van een officiële instantie persoonlijk relevant is, zal de lezer waarschijnlijk meer aandacht besteden aan de brief dan aan bijvoorbeeld reclame. Maar die motivatie moet wel in stand gehouden worden. Wanneer een lezer een grote lap tekst te zien krijgt, kan de moed hem in de schoenen zakken. Die eerste indruk kan dus van invloed zijn op de hoeveelheid aandacht die de lezer heeft voor de brief.

Een eerste indruk is moeilijk te veranderen en daarom doet een organisatie er goed aan na te denken over de eerste indruk die haar brieven oproepen. Richtlijnen voor een goede eerste indruk bestaan echter nog niet. Onderzoek dat als basis kan vormen voor die richtlijnen, is nog niet gedaan. Het onderzoek dat besproken wordt in dit verslag is een eerste stap naar uitgebreid onderzoek over de invloed van de eerste indruk.

2.3 TYPOGRAFIE: RUIMTE

Typografie is één van de onderdelen van een brief die een belangrijke rol speelt bij de vorming van een eerste indruk. Typografie staat voor de vorm en layout van letters, woorden en zinnen en de afstanden daartussen (McCarthy & Mothersbaugh, 2002, in: Straatsma, 2006). Typografie kan ingedeeld worden in drie onderdelen; tekstueel, ruimtelijk en grafisch (Kostelnick & Roberts, 1998, in: Straatsma, 2006). Tekstuele onderdelen bestaan uit het gebruik van woorden, letters en cijfers. Ruimtelijke onderdelen van een tekst bestaan uit de verdeling van tekst over de pagina, zoals lettergrootte, woordafstand, regelafstand en de grootte en vorm van marges. Grafische onderdelen gaan over alle niet-tekstuele onderdelen van een document zoals lijnen en het gebruik van kleur.

De ruimtelijke onderdelen zijn relevant voor onderzoek naar de invloed van de eerste indruk van zakelijke correspondentie. De manier waarop gebruik wordt gemaakt van ruimte in een brief, is gelijk zichtbaar en heeft invloed op de visuele perceptie van de lezer (Rayner, Fischer & Pollatsek, 1998). De verdeling van tekst over de pagina stuurt de lezer en ondersteunt de tekst in het duidelijk maken van de structuur. Onderzoek laat zien dat regelafstand, lettergrootte en regellengte samen de leesbaarheid van een document bepalen (Schriver, 1997, Santos Lonsdale, Dyson & Reynolds, 2006). Zijn de letters klein en de regels tegen elkaar aangeplakt, dan wordt het moeilijk de tekst snel te lezen.

Een vraag waar nog weinig duidelijkheid over is, is of het uitlijnen van de tekst voordelig is voor de lezer of niet. Wanneer een tekst wordt uitgelijnd, ook wel uitvullen genoemd, worden de linker- en rechter marge tot een rechte streep gemaakt. Er ontstaan dan tekstblokken. Daardoor worden de afstanden tussen de woorden onregelmatig waardoor visuele illusies ontstaan. Die illusies worden *rivers* genoemd (Schriver, 1997). *Rivers* verstoren het leesproces en zorgen voor onder andere een langere leestijd (Campbell, Marchetti & Mewhort, 1981, in: Schriver, 1997). Een uitgelijnde tekst zonder *rivers* tussen de woorden zorgt niet voor een langere leestijd maar juist voor een kortere leestijd dan een tekst die alleen links is uitgelijnd (Campbell et.al.).

Het gebruik van witte ruimte heeft een positief effect op de lezer. Ten eerste vergroot witte ruimte rondom paragrafen de leesbaarheid van een document (Smith & McCombs, 1971, in: Schriver, 1997). Ten tweede vangen teksten met veel witte ruimte de aandacht van de lezer en houden die langer vast dan teksten met weinig witte ruimte (Strong, 1926, in: Schriver, 1997). Ten derde blijkt dat marges de ogen laten ontspannen (Mc

Laen, 1980, in: Santos Lonsdale et al. 2006). Tot slot heeft een ruimtelijke lay-out een kortere leestijd en beter begrip tot gevolg (Santos Lonsdale et al. 2006).

Omdat nog niet duidelijk is wat de invloed is van ruimte op de eerste indruk en op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze van een brief, is daar onderzoek naar gedaan. De hoofdvraag luidt: wat is het effect van de eerste indruk en ruimte op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze van een zakelijke brief? De deelvragen zijn:

- Waaruit bestaat de eerste indruk en wat is de verwachting en beoordeling van de brief na 15 seconden?
- Wat is het effect van ruimte op de eerste indruk? En verschilt dit voor mannen en vrouwen of hoger en lager opgeleiden?
- Wat is het effect van ruimte op de waardering en begrijpelijkheid? En verschilt dit voor mannen en vrouwen, hoger en lager opgeleiden of oppervlakkige en grondige lezers?
- Wat is het effect van de eerste indruk op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze?

Hypothesen:

1. Ruimte heeft effect op de begrijpelijkheid.
2. De eerste indruk heeft effect op leeswijze.
3. De eerste indruk heeft effect op de waardering van de brief

H3 VOORONDERZOEK

Als eerste moet duidelijk worden waar een eerste indruk uit bestaat. Lezers hebben immers allemaal een eigen manier van het scannen van brieven. De één kijkt als eerste naar de kopjes, terwijl de ander gelijk begint met lezen. Om te achterhalen wat er gebeurt tijdens de eerste seconden dat lezers een brief onder ogen krijgen, is een vooronderzoek uitgevoerd. De belangrijkste vraag was: waaruit bestaat de eerste indruk en wat is de verwachting en beoordeling van de brief na 15 seconden? 42 proefpersonen kregen kort een brief te zien van de Sociale Verzekeringsbank en vertelden waar ze naar hadden gekeken en welke verwachting ze hadden van de inhoud. Het vooronderzoek had nog een ander doel, namelijk, het verbeteren van de brief. De proefpersonen lazen de brief en gaven aan wat ze goed of slecht vonden met de plus-en-minmethode. In dit hoofdstuk is een verslag te lezen over de opzet van het onderzoek (3.1), de resultaten (3.2) en de conclusies die de input vormden voor het hoofdonderzoek (3.3).

3.1 METHODE

MATERIAAL

Voor het vooronderzoek is een brief gebruikt van de Sociale Verzekeringsbank (SVB). De SVB verzorgt onder andere de uitbetaling van de kinderbijslag en het AOW-pensioen en verstuurt elk jaar zo'n 5 miljoen persoonlijke brieven (Boss, 2012). De brief is gericht aan iemand die een AOW-pensioen ontvangt. De boodschap van de brief is tweeledig. Ten eerste zal de AOW-toeslag van de ontvanger naar beneden bijgesteld worden, omdat het inkomen van de partner van de ontvanger is gestegen. Ten tweede zal er maandelijks een extra bedrag van €10 ingehouden worden op de AOW-toeslag omdat er in de voorgaande maanden teveel AOW-toeslag is uitbetaald. De ontvanger wordt opgeroepen om bij te houden wat de partner verdient en wijzigingen binnen zes weken door te geven. De brief brengt dus slecht nieuws en bezit een sterke oproep teveel betaalde toeslag in de toekomst te voorkomen. De originele brief staat in bijlage A2.

Voordat de brief 'aanpassing toeslag AOW' echter gebruikt werd in het vooronderzoek, is hij op een aantal punten aangepast en herschreven. Hiervoor is het Duidelijkheid en Bejegeningmodel gebruikt (Pool & Brand, 2008). In bijlage A1 staat de operationalisatie van dit model. De brief is aangepast op de structuur en de persoonlijke benadering. Doordat de brief vol stond met aantallen en data was hij al gauw verwarrend.

De alinea's, kopjes en structuurmarkeerders werden niet voldoende benut om die verwarring te voorkomen. Veel informatie werd bovendien onnodig herhaald. De persoonlijke benadering schoot tekort omdat er geen oog was voor de emotie van de lezer. Lezers zullen waarschijnlijk weerstand ervaren bij het lezen van de brief en de tekst moest hierop inspelen. De gereviseerde brief is te vinden in bijlage A3.

PROEFPERSONEN

In totaal deden 42 proefpersonen mee aan het eerste deel van het vooronderzoek. De helft daarvan deed ook mee aan het tweede deel. De groep bestond uit 18 mannen en 24 vrouwen. De jongste was 26 jaar, de oudste was 64 jaar. De gemiddelde leeftijd was 48 jaar. Zeventien mensen hadden een opleiding op MBO niveau afgerond, elf mensen op HBO niveau en veertien mensen op WO niveau.

PROCEDURE

Het onderzoek bestond uit twee onderdelen; een interview na 15 seconden en een evaluatie van de brief. Alle proefpersonen kregen de brief 'aanpassing AOW toeslag' 15 seconden te zien. De ene helft van de proefpersonen kreeg de originele versie te zien, de andere helft zag de gereviseerde versie. Dat is gedaan om te kunnen bepalen of er verschillend op de versies gereageerd werd. Vervolgens beantwoorden de proefpersonen een aantal vragen, waaruit een kort interview ontstond. Die vragen zijn onderverdeeld in de volgende clusters: eerste indruk algemeen, verwachting en algemene waardering. Om de algemene eerste indruk te bepalen werd bijvoorbeeld de vraag gesteld: *waar heeft u als eerste op gelet?* Vragen over de verwachting gingen over de inhoud: *waar denkt u dat de brief over gaat?* En over de verwachte tijdsinvestering: *hoeveel tijd denkt u dat het lezen van de brief u gaat kosten?* De algemene waardering werd bepaald door te vragen welk cijfer de proefpersoon de brief zou geven. Alle vragen die werden gesteld, staan in bijlage B1.

Vervolgens kregen alleen de proefpersonen die de gereviseerde brief hadden gezien, de tijd de brief helemaal te lezen. Deze methode van evaluatie staat bekend als de plus-en-minmethode en wordt regelmatig gebruikt in lezersonderzoek (Schellens & Maes, 2000, De Jong & Schellens, 1995). De proefpersonen mochten tijdens het lezen een plusje zetten bij de woorden/ zinnen/alinea's die ze goed vonden en een minnetje bij wat ze niet goed vonden. Nadat ze klaar waren met lezen, hebben de proefpersonen toegelicht waarom ze een plusje of minnetje opgeschreven hadden. Een groot voordeel van de methode is dat het

leesproces zo min mogelijk wordt verstoord. De lezer hoeft niet zijn gedachtegang te onderbreken om aan de onderzoeker uit te leggen wat hij bedoelt.

3.2 RESULTATEN

INTERVIEWVRAGEN EERSTE INDRUK

Op de vraag wat de proefpersoon als eerste had gezien, antwoorden 28 mensen dat de brief over de AOW-toeslag ging, 13 dat de AOW-toeslag zal worden aangepast en 13 de afzender (de SVB). Andere antwoorden waren: dat de toeslag afhankelijk is van het inkomen van de partner (9), de aanhef (6), kopjes (6), bedragen (5). De antwoorden op de vraag 'Waar heeft u als eerste op gelet?' laten een ander patroon zien. Er wordt het meest gelet op de tussenkopjes (19). Daarnaast kijken veel proefpersonen naar de onderwerpregel (11) de algemene indeling of opbouw (10), het logo van de SVB (10) en de eerste alinea (10). In bijlage B2 staan alle reacties per vraag.

Het gevoel dat de brief opriep was negatief. 26 proefpersonen hadden een slecht gevoel na het zien van de brief, 4 een positief gevoel en 12 niet positief of negatief. In antwoord op de vraag 'Waar denkt u dat de brief over gaat?' dachten alle proefpersonen te weten dat de brief te maken had met de AOW. 29 proefpersonen dachten bovendien dat de brief ging over een wijziging in de AOW-toeslag. Zes proefpersonen dachten dat er ook in de brief stond dat het teveel betaalde bedrag verrekend zou gaan worden.

32 proefpersonen hadden zin om de brief helemaal uit te lezen. De meest genoemde reden daarvoor was, dat de brief voor hen persoonlijk relevant was. Tien proefpersonen wilden de brief niet verder lezen om uiteenlopende redenen. Eén stoorde zich aan het begin van de brief, anderen vonden dat de brief geen overzicht bood, maar de meeste wilden niet verder lezen omdat de brief negatief was. Gemiddeld dachten de proefpersonen 6.4 minuten kwijt te zijn aan het lezen van de brief. Opvallend was het verschil tussen de originele versie en de gereviseerde versie. Voor het lezen van de originele versie werd een gemiddelde tijd geschat van 5.5 minuten en voor de gereviseerde versie 7.2 minuten.

De proefpersonen gaven voor de brief gemiddeld een ruime zes (6.5). Daarin verschilde de originele versie en de gereviseerde versie nauwelijks; zij kregen respectievelijk een cijfer van 6.3 en 6.7. Dat cijfer was gebaseerd op hoe snel duidelijk was waar de brief over ging, de structuur van de brief (lengte, kopjes, lay-out) en het taalgebruik. De meeste

proefpersonen gaven aan brieven van officiële instanties gelijk te lezen, in totaal 29 proefpersonen. Vaak worden de brieven gescand om te besluiten welke acties nodig zijn.

EVALUATIE BRIEF

Al het commentaar van de proefpersonen is ingedeeld per onderdeel van de brief. In bijlage B3 zijn alle negatieve opmerkingen te vinden en de aanpassingen die vervolgens gemaakt zijn aan de brief. De gereviseerde brief staat in bijlage A4.

Aan het briefhoofd zijn geen aanpassingen gedaan. Twee proefpersonen reageerden op de manier waarop er gebruik werd gemaakt van witte ruimte. Eén proefpersoon vond dat er te weinig ruimte zat tussen de persoonsgegevens en het onderwerp. Een ander vond de brief met de blokjes in de marge (voor de plusjes en minnetjes) overzichtelijker en minder intimiderend.

De reacties op de aanhef waren eenduidig. Vijf van de 21 proefpersonen vonden het raar dat er heer/mevrouw stond in de aanhef. Volgens hen was het geslacht wel bekend bij de SVB. De proefpersonen vonden de eerste alinea niet duidelijk genoeg. Zij wilden liever gelijk weten waar ze aan toe waren. Daarom is er een zin toegevoegd die gelijk duidelijk maakt wat het doel is van de brief. Verder is de stijl zakelijker gemaakt en de toon minder beschuldigend ten opzichte van de SVB door woorden weg te laten of te vervangen.

In de alinea 'uw toeslag vanaf oktober 2011' stoorden veel proefpersonen zich aan de laatste zin 'denk wel aan de verrekening van de te veel ontvangen toeslag.' Ze hadden hiervoor verschillende redenen. Er is daarom besloten de zin weg te laten. Daarnaast vielen mensen over de frase 'gaan wij ervan uit...' omdat het alles onzeker maakte. 'Volgens onze gegevens' is ervoor in de plaats gekomen. Als laatste merkten de proefpersonen op dat er specifieke informatie of bedragen in de alinea ontbrak. Om dat op te lossen is een berekening toegevoegd.

In de alinea 'teveel toeslag ontvangen' voelden de proefpersonen zich gepasseerd omdat ze geen invloed leken te hebben op de genomen maatregel. Omdat de maatregel gebaseerd is op een wetregeling, is de inhoud niet aangepast. In plaats daarvan is de frase 'volgens de standaardprocedure' toegevoegd zodat mensen weten dat de SVB het recht heeft de maatregel uit te voeren. Daarnaast is de alinea ingekort.

Veel van de problemen met de alinea 'loonstrookjes en uitkeringsspecificaties opsturen' hadden te maken met onbegrip en ongeloof. Om die tegenzin weg te nemen, is de

relevantie voor de lezer extra benadrukt. Mensen moeten immers hun inkomensgegevens doorgeven om te voorkomen dat ze te veel of te weinig AOW-toeslag ontvangen. Omdat de volgende alinea 'wijziging inkomen' voor verwarring zorgde, is hij opgenomen in deze alinea.

De alinea 'meer informatie' is opgesplitst in twee alinea's; 'Bezwaar?' en 'Vragen?' De opmaak met de bolletjes is daarmee komen te vervallen. Daarnaast zijn de zinnen omgebouwd zodat de openingstijden na het telefoonnummer staan en niet na het mailadres.

3.3 CONCLUSIE

De belangrijkste vraag van het vooronderzoek was: waaruit bestaat de eerste indruk en wat is de verwachting en beoordeling van de brief na 15 seconden? Daarnaast is het vooronderzoek gebruikt om te achterhalen wat er nog verbeterd kon worden aan de brief. Het bleek dat het meest werd gelet op de tussenkopjes en de onderwerpregel. Gemiddeld dachten de proefpersonen 6.4 minuten bezig te zijn met lezen. Het cijfer dat de proefpersonen gaven, was gebaseerd op hoe snel duidelijk was waar de brief over ging, de structuur van de brief (lengte, kopjes, lay-out) en het taalgebruik. Uit het plus-en-minonderzoek kwam naar voren dat de brief eerder concreet moest worden en dat de toon hier en daar nog niet goed was. Een verrassend resultaat waren de opmerkingen over het gebruik van witte ruimte in de brief.

Op basis van de resultaten is de variabele ruimte gekozen om te manipuleren in het hoofdonderzoek. Voor die variabele is gekozen omdat de proefpersonen aangaven hun cijfer te baseren op de lay-out en op basis van de opmerkingen in het plus-en-minonderzoek.

H4 HOOFDONDERZOEK

Met de resultaten uit het vooronderzoek is er een basis gelegd voor het hoofdonderzoek. De laatste drie deelvragen staan daarin centraal:

- Wat is het effect van ruimte op de eerste indruk? En verschilt dit voor mannen en vrouwen of hoger en lager opgeleiden?
- Wat is het effect van ruimte op de waardering en begrijpelijkheid? En verschilt dit voor mannen en vrouwen, hoger en lager opgeleiden of oppervlakkige en grondige lezers?
- Wat is het effect van de eerste indruk op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze?

Om die vragen te beantwoorden is een experiment uitgevoerd. In dit hoofdstuk is te lezen hoe het onderzoek is opgezet (4.1), wat de resultaten waren (4.2) en welke conclusie daaruit getrokken kan worden (4.3).

4.1 METHODE

MATERIAAL

Voor het hoofdonderzoek is de brief gebruikt die naar aanleiding van het vooronderzoek is aangepast (zie voor een uitgebreide bespreking van de inhoud van die brief 3.1). De nieuwe brief staat in bijlage A4. Het briefhoofd van de brief, is het standaard briefhoofd dat door de SVB wordt gebruikt in haar brieven. Ook het gebruikte lettertype, Times New Roman 12p, wordt standaard gebruikt door de SVB. Van deze brief zijn twee versies gemaakt, een ruimtelijke en een niet-ruimtelijke versie.

Ruimte is op drie manieren geoperationaliseerd. Ten eerste de witregels tussen de alinea's. In de niet-ruimtelijke versie is er telkens gebruik gemaakt van één witregel tussen het briefhoofd en de onderwerpregel, de onderwerpregel en de aanhef, tussen alle alinea's en tussen de laatste alinea en de afsluiting. In de ruimtelijke versie zaten drie witregels tussen het briefhoofd en de onderwerpregel, tussen de onderwerpregel en de aanhef en tussen de laatste alinea en de afsluiting. Tussen de aanhef en de eerste alinea zaten twee witregels, net als tussen alle opvolgende alinea's. Tot slot zat er na elk kopje één witregel.

De tweede operationalisatie betrof de linkermarge. In de niet-ruimtelijke versie is de standaardmarge gebruikt van 0.98 centimeter rondom de tekst. In de ruimtelijke versie is de linkermarge vergroot tot 1.97 centimeter. Het briefhoofd stond in beide versies op dezelfde plek. In de niet-ruimtelijke versie bestonden de regels uit gemiddeld veertien woorden (411/30). In de ruimtelijke versie was het gemiddelde elf woorden (411/36).

Ten derde werd de rechtermarge gevarieerd. In de niet-ruimtelijke versie was de tekst links uitgelijnd en eindigden de regels aan de rechterkant op een onregelmatige manier. In de ruimtelijke versie was de tekst zowel links als rechts uitgelijnd, waardoor uniforme tekstblokken ontstonden.

De vragenlijst bestond net als in het vooronderzoek uit twee delen; vragen na de eerste indruk en vragen na het lezen van de brief. Alle vragen zijn te vinden in bijlage C. In de vragenlijst werd gebruik gemaakt van een zeven-punts Likertschaal. Bij het grootste gedeelte van de vragen moesten de proefpersonen aangeven of ze het zeer oneens waren met de stelling (1) of zeer mee eens (7). Een voorbeeld van een stelling is: *de afstand tussen de alinea's maakt de brief goed leesbaar*. Een ander deel van de vragen was gesteld als een tegenstelling, bijvoorbeeld: *Ik vind de brief... afwisselend (1), eentonig (7)*. De vragen die gesteld werden na het lezen van de brief zijn afwisselend positief en negatief gesteld om te voorkomen dat de proefpersonen hun antwoorden automatisch zouden invullen. Voor het verwerken van de resultaten zijn de negatief gestelde stellingen omgepold.

De vragen na de eerste indruk zijn ingedeeld in de volgende clusters: algemene eerste indruk (α : 0.698), verwachting van de inhoud van de brief (α : 0.682), motivatie om verder te lezen (α : 0.720), waardering voor de lay-out (α : 0.803) en mate van persoonlijk aanspreken (α : 0.696). De algemene eerste indruk werd bijvoorbeeld bevraagd door de stelling: *de brief maakt een zorgvuldige indruk*. De motivatie werd gemeten door de stelling: *ik zou de brief meteen helemaal uit willen lezen*. Vragen over de waardering van de lay-out gingen onder andere over de lengte van de brief en de ruimte tussen de alinea's. Daarnaast is gevraagd hoeveel tijd de proefpersonen kwijt dachten te zijn met het lezen van de brief; de verwachte leestijd.

De vragen na het lezen zijn opgedeeld in de volgende clusters: behoefte aan meer informatie (α : 0.963), waardering structuur (α : 0.657), waardering schrijver (α : 0.694), waardering opmaak (α : 0.706), waardering stijl (α : 0.602) en begrijpelijkheid (α : 0.775). Stellingen over de waardering van de structuur gingen over de indeling en opbouw van de brief. Een voorbeeld van een stelling om de waardering van de opmaak te meten is: *de*

afstand tussen de alinea's maakt de brief goed leesbaar. Daarnaast werd de proefpersonen gevraagd hoe grondig ze de tekst gelezen hadden (1= oppervlakkig, 7=grondig). De proefpersonen hebben ook een rapportcijfer voor de brief gegeven op een schaal van 1 tot 10 om de algemene waardering te bepalen.

Vragen 4, 5, 6 van het eerste deel van de vragenlijst bleken niet samen te hangen met andere vragen. Zij zijn apart getoetst. De vragen 4, 10 en 31 van het tweede deel van de vragenlijst bleken ook niet samen te hangen binnen de verwachte constructen. Die vragen zijn daarom uit de analyse gelaten.

PROEFPERSONEN

In totaal deden 202 proefpersonen mee aan het onderzoek; 104 personen lazen de niet-ruimtelijke versie en 98 lazen de ruimtelijke versie. In de groep die de niet-ruimtelijke versie las, zaten 61 mannen en 43 vrouwen; in de ruimtelijke groep zaten 44 mannen en 54 vrouwen. Het opleidingsniveau verschilde voor beide groepen weinig. In de niet-ruimtelijke groep was 49% laag opgeleid (t/m MBO), in de ruimtelijke groep was dat 44%. De leeftijd varieerde van 26 jaar tot 75 jaar. De gemiddelde leeftijd was 44.9 jaar. Dat verschilde weinig voor de twee groepen; binnen de niet-ruimtelijke groep was de gemiddelde leeftijd 45.3 jaar en binnen de ruimtelijke groep 44.5 jaar.

PROCEDURE

Nadat de proefpersonen de instructie hadden gelezen, kregen zij één brief voor 25 seconden te zien. De ene helft kreeg de niet-ruimtelijke versie te zien, de andere helft de ruimtelijke. Zij mochten de brief 10 seconden langer zien dan in het vooronderzoek. Dat is gedaan omdat uit het vooronderzoek bleek dat 15 seconden erg kort is om een goede indruk te krijgen van de brief. Na de 25 seconden werd de brief teruggenomen en vulden de proefpersonen het eerste deel van de vragenlijst in. Daarna kregen ze de brief terug om te lezen en om de rest van de vragen te beantwoorden. Het afnemen duurde tien minuten tot een kwartier. De proefpersonen hadden weinig vragen tijdens het onderzoek en vonden het niet vervelend om te doen.

4.2 RESULTATEN

De scores op de vraag naar de grondigheid van het lezen, zijn gecategoriseerd tot de variabele leeswijze waarbij de scores 1-5 samengenomen zijn tot 'oppervlakkig gelezen' en

6-7 tot 'grondig gelezen'. De groepen bestaan respectievelijk uit 47% en 53% van de totale groep. Ook opleidingsniveau is op deze manier gecategoriseerd. Scores 1-5 (lager of basisonderwijs tot middelbaar beroepsonderwijs) zijn samengenomen onder de noemer 'lager opgeleiden'. De scores 6-7 (hoger beroepsonderwijs en universiteit) zijn samengenomen tot 'hoger opgeleiden'. 'Lager opgeleiden' is 46% van de totale groep en 'hoger opgeleiden' 54%.

EFFECT VAN RUIMTE OP EERSTE INDRUK

Als eerste werd getoetst of ruimte invloed heeft op de eerste indruk. Dat is gedaan met een tweeweganova voor elke afhankelijke variabele met als onafhankelijke variabelen: versie, sekse en opleiding. Leeswijze is nog niet meegenomen als variabele omdat die vraag pas na het lezen van de tekst is ingevuld. Vraag 4, 5 en 6 zijn geanalyseerd met een meerweganova. In tabel 4.1 staan de gemiddelde scores (met standaarddeviaties) genoemd per afhankelijke variabele gesplitst naar versie en opleidingsniveau.

Tabel 4.1: gemiddelden (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele gesplitst naar versie en opleidingsniveau

	Niet-ruimtelijk		Ruimtelijk	
	Lager opgeleid	Hoger opgeleid	Lager opgeleid	Hoger opgeleid
Algemene eerste indruk	5.2 (0.163)	5.3 (0.157)	5.5 (0.188)	5.3 (0.154)
Verwachting van inhoud	5.4 (0.158)*	5.7(0.153)*	5.8(0.183)*	5.3(0.150)*
Motivatie om verder te lezen	4.8 (0.228)	4.8 (0.221)	5.1 (0.264)	4.4 (0.217)
Waardering lay-out	4.8(0.149)*	5 (0.144)*	5.3 (0.173)*	4.8 (0.141)*
Mate van persoonlijk aanspreken	5 (0.211)	4.7 (0.204)	4.8 (0.245)	4.3 (0.200)
Verwachte leestijd (in minuten)	6.8 (0.640)	5.6 (0.611)	7.9 (0.756)	6.4 (0.599)
Vraag 4: Bij de eerste aanblik keek ik direct naar de afzender van de brief	4 (0.322)	4.8 (0.311)	4.8 (0.372)	4.7 (0.305)
Vraag 5: Ik heb als eerste gelet op de tussenkopjes	4.6 (0.260)	5 (0.251)	4.3 (0.301)	4.8 (0.246)
Vraag 6: Om de inhoud vast te stellen las ik direct de eerste alinea	5.2 (0.265)	5.1 (0.256)	5.6 (0.307)	4.6 (0.251)

* verschilt significant van elkaar ($p < 0.05$)

Er werd geen hoofdeffect gevonden van ruimte op de afhankelijke variabele 'Algemene eerste indruk' (F: 1.428; df:1, 194; p: 0.023). Er zijn ook geen interacties geconstateerd tussen ruimte en sekse (F: 0.031;df: 1, 194;p: 0.860) en tussen ruimte en opleiding (F: 1.050;df: 1, 194;p: 0.307). De algemene eerste indruk werd dus niet beïnvloed door ruimte.

Een hoofdeffect van ruimte op 'Verwachting van inhoud' is niet vastgesteld (F: 0.040;df:1, 194;p: 0.842). Er was geen interactie tussen ruimte en sekse (F: 1.780;df: 1, 194;p: 0.184), maar wel tussen ruimte en opleiding (F: 5.539;df: 1, 194;p: 0.020; η^2 : 0.028). Het effect dat ruimte heeft op de verwachting van de inhoud hangt dus af van het opleidingsniveau van de lezer. Lager opgeleiden hebben een betere verwachting van de inhoud wanneer ze de ruimtelijke versie hebben gezien; 5.8 tegenover 5.4. Voor hoger opgeleiden geldt het omgekeerde; zij kunnen beter voorspellen waar de brief over gaat, wanneer ze de niet-ruimtelijke versie hebben gezien. Zij gaven gemiddeld een score van 5.7 voor de niet-ruimtelijke versie en een 5.3 voor de ruimtelijke.

Er werd geen hoofdeffect gevonden van ruimte op 'Motivatie om verder te lezen' (F: 0.006;df: 1, 194;p: 0.937). Er waren bovendien geen interacties tussen ruimte en sekse (F: 0.507;df: 1, 194;p: 0.477) en ruimte en opleiding (F: 2.099;df: 1, 194;p: 0.149). Alle proefpersonen hadden een gelijke motivatie om de rest van de brief te lezen; ruimte heeft daar geen invloed op.

Op de 'Waardering van de lay-out' werd geen hoofdeffect van ruimte gevonden (F: 1.552;df: 1, 194;p: 0.214). Er was geen interactie tussen ruimte en sekse (F: 0.397;df: 1, 194;p: 0.529), maar wel een interactie tussen ruimte en opleiding: (F: 5.482;df: 1, 194;p: 0.020; η^2 : 0.027). Het bleek dat de lager opgeleiden de lay-out van de ruimtelijke versie meer waardeerden (5.3) dan de lay-out van de niet-ruimtelijke versie (4.8). De hoger opgeleiden echter, hadden meer waardering voor de lay-out van de niet-ruimtelijke versie (5) dan de ruimtelijke versie (4.8).

Op de variabele 'Mate van persoonlijk aanspreken' werd geen hoofdeffect gevonden van ruimte (F: 1.585;df: 1, 194;p: 0.210). Er was ook geen interactie tussen ruimte en sekse (F: 1.175;df: 1, 194;p: 0.280) of ruimte en opleiding (F: 0.074;df: 1, 194;p: 0.786). De proefpersonen vonden de brief niet meer of minder aanspreken door de ruimte. Er was ook geen hoofdeffect van ruimte op de verwachte leestijd (F: 2.224;df: 1, 194;p: 0.138). Interacties tussen ruimte en sekse (F: 1.910;df: 1, 194;p: 0.169), en ruimte en opleiding (F: 0.017;df: 1, 194;p: 0.898) werden ook niet gevonden.

Er werden geen hoofdeffecten gevonden van ruimte op de vragen vier (F: 1.195;df: 1, 194;p: 0.276), vijf (F: 1.508;df: 1, 194;p: 0.221) en zes (F: 0.035;df: 1, 194;p: 0.853). Er waren bovendien geen interacties tussen ruimte en sekse voor vraag vier (F: 0.564;df: 1, 194;p: 0.453), vijf (F: 0.029;df: 1, 194;p: 0.865) en zes (F: 1.627;df: 1, 194;p: 0.204) en ruimte en opleiding voor vraag vier (F: 1.684;df: 1, 194;p: 0.196), vijf (F: 0.017;df: 1, 194;p: 0.898) en zes (F: 2.561;df: 1, 194;p: 0.111). Ruimte heeft dus geen effect op waar lezers als eerste naar kijken. Of het nu om de afzender, de kopjes of de eerste alinea gaat.

EFFECT VAN RUIMTE OP WAARDERING EN BEGRIJPelijkheid

Om antwoord te krijgen op de vraag wat de invloed is van ruimte op de waardering en begrijpelijkheid van de brief, zijn tweeweganova's uitgevoerd voor elke afhankelijke variabele met als onafhankelijke variabelen: versie, sekse, opleiding en leeswijze. In tabel 4.2 staan de gemiddelde scores (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele gesplitst naar versie en sekse. In tabel 4.3 staan de gemiddelde scores (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele gesplitst naar versie en leeswijze.

Tabel 4.2: gemiddelden (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele gesplitst naar versie en sekse

	Niet-ruimtelijk		Ruimtelijk	
	Man	Vrouw	Man	Vrouw
Waardering structuur	4.7 (0.144)	5.2 (0.181)	4.9 (0.193)	5 (0.155)
Waardering schrijver	5 (0.125)	4.9 (0.157)	5.2 (0.166)	5.2 (0.134)
Waardering opmaak	4.6 (0.126)	4.8 (0.159)	5 (0.169)	4.7 (0.137)
Waardering stijl	4.1 (0.112)	4.2 (0.139)	4.2 (0.150)	4.2 (0.119)
Begrijpelijkheid	4.5 (0.133)*	4.7 (0.168) *	4.9 (0.179) *	4.5 (0.143) *
Rapportcijfer (1 tot 10)	6.5 (0.169)	6.7 (0.212)	7 (0.225)	6.8 (0.183)

* verschilt significant van elkaar (p<0.05)

Tabel 4.3: gemiddelden (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele gesplitst naar versie en leeswijze

	Niet-ruimtelijk		Ruimtelijk	
	Oppervlakkig	Grondig	Oppervlakkig	Grondig
Waardering structuur	4.7 (0.183)	5.1 (0.143)	4.8 (0.163)	5.2 (0.186)
Waardering schrijver	4.9 (0.158)	5 (0.123)	5.1 (0.141)	5.2 (0.161)
Waardering opmaak	4.4 (0.160)	4.9 (0.125)	4.5 (0.143)	5.2 (0.164)
Waardering stijl	4.2 (0.139)	4.1 (0.111)	4 (0.128)	4.4 (0.142)
Begrijpelijkheid	4.5 (0.169) *	4.7 (0.132) *	4.3 (0.152) *	5.2 (0.171) *
Rapportcijfer (1 tot 10)	6.5 (0.213)	6.7 (0.168)	6.6 (0.192)	7.2 (0.217)

* verschilt significant van elkaar ($p < 0.05$)

Er is geen hoofdeffect gevonden van ruimte op de 'Waardering structuur' ($F: 0.105; df: 1, 186; p: 0.747$). Ook zijn er geen interacties geconstateerd tussen ruimte en sekse ($F: 796; df: 1, 186; p: 0.373$), ruimte en opleiding ($F: 0.047; df: 1, 186; p: 0.829$) en ruimte en leeswijze ($F: 0.072; df: 1, 186; p: 0.789$). De waardering van de structuur wordt dus niet hoger of lager door het effect van ruimte.

Geen hoofdeffect van ruimte werd gevonden op de variabele 'Waardering schrijver' ($F: 2.194; df: 1, 185; p: 0.140$). Er waren ook bij deze variabele geen interacties tussen ruimte en sekse ($F: 0.121; df: 1, 185; p: 0.728$), ruimte en opleiding ($F: 0.038; df: 1, 185; p: 0.846$) en ruimte en leeswijze ($F: 0.008; df: 1, 185; p: 0.927$). Ruimte had dus geen invloed op hoe de schrijver gewaardeerd werd.

Ook voor de 'Waardering opmaak' werd geen hoofdeffect gevonden ($F: 0.841; df: 1, 184; p: 0.360$). Er waren bovendien geen interacties tussen ruimte en sekse ($F: 1.531; df: 1, 184; p: 0.218$), ruimte en opleiding ($F: 0.035; df: 1, 184; p: 0.853$) en ruimte en leeswijze ($F: 0.400; df: 1, 184; p: 0.528$). Ruimte had dus geen invloed op wat de lezers van de opmaak vonden.

De laatste afhankelijke variabele die waardering mat, 'Waardering stijl,' laat hetzelfde patroon zien. Er is geen hoofdeffect van ruimte gevonden ($F: 0.163; df: 1, 181; p: 0.687$). Er waren ook geen interacties tussen ruimte en sekse ($F: 0.029; df: 1, 181; p: 0.866$), ruimte en opleiding ($F: 1.116; df: 1, 181; p: 0.292$) en ruimte en leeswijze ($F: 3.455; df: 1, 181; p: 0.065$).

Voor de variabele 'Begrijpelijkheid' is geen hoofdeffect gevonden van ruimte (F: 0.471;df: 1, 180;p: 0.493). Er is geen interactie tussen ruimte en opleiding (F: 0.899;df: 1, 180;p: 3.44) maar wel een interactie tussen ruimte en sekse (F: 4.613;df: 1, 180;p: 0.033; η^2 : 0.025) en tussen ruimte en leeswijze (F: 4.288;df: 1, 180;p: 0.040; η^2 : 0.023). De invloed van ruimte hangt dus af van sekse en leeswijze. Mannen vinden de brief begrijpelijker wanneer ze de ruimtelijke versie hebben gelezen, ze geven de ruimtelijke brief een score van 4.9 en de niet-ruimtelijke 4.5. Vrouwen vinden de brief beter te begrijpen wanneer hij niet-ruimtelijk is opgesteld (4.7), dan ruimtelijk (4.5). Daarnaast vinden oppervlakkige lezers de niet-ruimtelijke versie begrijpelijker (4.7) dan de ruimtelijke versie (4.3). Voor grondige lezers geldt het tegenovergestelde; zij vinden de ruimtelijke versie begrijpelijker (5.2) dan de niet-ruimtelijke versie (4.7).

Op het rapportcijfer is geen hoofdeffect gevonden van ruimte (F: 1.784;df: 1, 184;p: 0.183). Er zijn ook geen interacties geconstateerd tussen ruimte en sekse (F: 0.999;df: 1, 184;p: 0.319), ruimte en opleiding (F: 1.532;df: 1, 184;p: 0.217) en ruimte en leeswijze (F: 0.008;df: 1, 184;p: 0.927). De algemene waardering van de brief wordt dus niet beïnvloed door ruimte.

EFFECT VAN EERSTE INDRUK OP WAARDERING, BEGRIJPELIJKHEID EN LEESWIJZE

Om de invloed van de eerste indruk op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze te meten, zijn er twee categorieën gemaakt. Met het cluster 'Algemene eerste indruk' is een verdeling gemaakt naar negatievere eerste indruk (scores 1-5, 40%) en positievere eerste indruk (scores 5.5-7, 60%). Met het cluster 'Verwachting van de inhoud' is een verdeling gemaakt naar onduidelijke eerste indruk (scores 1-5.6, 50%) en duidelijke eerste indruk (scores 5.6-7, 50%). Er zijn tweeweganova's uitgevoerd voor elke afhankelijke variabele van het tweede deel van de vragenlijst, met als onafhankelijke variabelen: algemene eerste indruk en verwachting van de inhoud. In tabel 4.4 staan de gemiddelde scores (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele.

Tabel 4.4: gemiddelden (en standaarddeviaties) per afhankelijke variabele

	Algemene eerste indruk		Verwachting van de inhoud	
	Negatiever	Positiever	Onduidelijk	Duidelijk
Leeswijze	5.3 (0.143)	5.5 (0.112)	5.1 (0.118)*	5.7 (0.138)*
Waardering structuur	4.6 (0.131)*	5.1 (0.102)*	4.6 (0.108)*	5.2 (0.127)*
Waardering schrijver	4.7 (0.108)*	5.3 (0.048)*	4.8 (0.088)*	5.1 (0.104)*
Waardering opmaak	4.6 (0.118)*	4.9 (0.093)*	4.6 (0.098)*	4.9 (0.114)*
Waardering stijl	4.3 (0.107)	4.2 (0.084)	4.1 (0.088)	4.3 (0.104)
Begrijpelijkheid	4.4 (0.120)	4.7 (0.096)	4.3 (0.100)*	4.8 (0.117)*
Rapportcijfer (1 tot 10)	6.5 (0.155)	6.8 (0.120)	6.4 (0.127)*	7 (0.149)*

* verschilt significant van elkaar ($p < 0.05$)

Op de variabele 'Leeswijze' is geen hoofdeffect gevonden van de algemene eerste indruk ($F: 0.746; df: 1, 197; p: 0.389$), maar wel een hoofdeffect van verwachting van de inhoud ($F: 9.660; df: 1, 197; p: 0.002; \eta^2: 0.047$). Een duidelijke eerste indruk zorgt ervoor dat de proefpersonen de brief grondiger gaan lezen dan de lezers die de brief op het eerste gezicht onduidelijk vonden.

Op de variabele 'Waardering structuur' is een hoofdeffect gevonden van de algemene eerste indruk ($F: 8.905; df: 1, 198; p: 0.003; \eta^2: 0.043$), en verwachting van de inhoud ($F: 9.876; df: 1, 198; p: 0.002; \eta^2: 0.048$). Voor beide onafhankelijke variabelen bestaat hetzelfde patroon. Lezers met een negatievere eerste indruk waarden de structuur lager (4.6) dan de lezers met een positievere eerste indruk (5.1). En lezers die de eerste indruk onduidelijk vonden, waardeerden de structuur lager (4.6) dan de lezers die de eerste indruk duidelijk vonden (5.2).

Er zijn hoofdeffecten gevonden van de algemene eerste indruk ($F: 16.561; df: 1, 197; p < 0.001; \eta^2: 0.078$) en verwachting van de inhoud ($F: 5.627; df: 1, 197; p: 0.019; \eta^2: 0.028$) op de variabele 'Waardering schrijver'. De schrijver werd hoger gewaardeerd door de lezers met een positievere eerste indruk (5.3) dan de lezers met een negatievere eerste indruk (4.7). De schrijver werd ook hoger gewaardeerd door de lezers met een duidelijke eerste indruk (5.1) dan de lezers met een onduidelijke eerste indruk (4.8).

Op de variabele 'Waardering opmaak' is een hoofdeffect gevonden van de algemene eerste indruk (F: 4.187;df: 1, 196;p: 0.042; η^2 : 0.021) en verwachting van de inhoud (F: 4.044;df: 1, 196;p: 0.046; η^2 : 0.020). De lezers met een negatievere eerste indruk waardeerden de lay-out lager (4.6) dan de lezers met een positievere eerste indruk (4.9). Bovendien waardeerden de lezers met een onduidelijke eerste indruk de lay-out lager (4.6) dan de lezers met een duidelijke eerste indruk (4.9).

Op de variabele 'Waardering stijl' werd geen effect gevonden van de algemene eerste indruk (F: 0.060;df: 1, 193;p: 0.807) of de verwachting van de inhoud (F: 2.567;df: 1, 193;p: 0.111). De eerste indruk had dus geen invloed op de waardering van de stijl.

Op de variabele 'Begrijpelijkheid' werd geen hoofdeffect gevonden van de algemene eerste indruk maar wel een trend (F: 3.865;df: 1, 192;p: 0.051). De lezers met een negatievere eerste indruk vonden de brief minder begrijpelijk (4.4) dan de lezers met een positievere eerste indruk (4.7). Er is een hoofdeffect gevonden van de verwachting van de inhoud (F: 11.279;df: 1, 192;p: 0.001; η^2 : 0.055). Lezers met een duidelijke eerste indruk vonden de brief begrijpelijker (4.8) dan de lezers met een onduidelijke eerste indruk (4.3).

Voor het rapportcijfer is geen hoofdeffect gevonden van de algemene eerste indruk (F: 2.510;df: 1, 196;p: 0.115), maar wel van de verwachting van de inhoud (F: 11.634;df: 1, 196;p: 0.001; η^2 : 0.056). De lezers met een duidelijke eerste indruk waardeerden de brief met een hoger cijfer (7) dan de lezers met een onduidelijke eerste indruk (6.4).

4.3 CONCLUSIE

De eerste vraag die in dit onderzoek centraal stond was: wat is het effect van ruimte op de eerste indruk? En verschilt dit voor mannen en vrouwen of voor lager en hoger opgeleiden? Uit de resultaten blijkt dat ruimte nauwelijks effect heeft op de eerste indruk. Voor geen van de clusters is er een hoofdeffect gevonden.

Er is wel twee keer een interactie geconstateerd tussen ruimte en opleidingsniveau. Namelijk, bij de afhankelijke variabelen 'Verwachting van de inhoud' en 'Waardering lay-out'. Hoger en lager opgeleiden waarderen de versies anders; lager opgeleiden hadden een betere verwachting van de inhoud en een hogere waardering van de lay-out bij de ruimtelijke versie. Hoger opgeleiden hadden juist hogere scores bij de niet-ruimtelijke versie. Wellicht dat hoger opgeleiden meer gewend zijn aan het lezen van teksten en zich fijner voelen met een niet-ruimtelijke tekst.

De tweede vraag was: wat is het effect van ruimte op de waardering en begripelijkheid? En verschilt dit voor mannen en vrouwen, lager en hoger opgeleiden of oppervlakkige en grondige lezers? Het bleek dat ook hier ruimte nauwelijks effect had; er zijn geen hoofdeffecten te vinden. Hypothese één die stelde dat ruimte effect heeft op begripelijkheid, kan verworpen worden.

Wederom zijn er wel twee interacties gevonden. Op de variabele 'Begripelijkheid' had ruimte een interactie met sekse en leeswijze. Mannen vonden de ruimtelijke versie beter te begrijpen dan de niet-ruimtelijke, vrouwen vonden juist de niet-ruimtelijke versie begripelijker. Waardoor deze interactie ontstaat, is niet vast te stellen. Mannen zijn over het algemeen meer visueel en ruimtelijk ingesteld dan vrouwen, wellicht komt daar hun voorkeur voor de ruimtelijke versie vandaan. Daarnaast vonden oppervlakkige lezers de niet-ruimtelijke versie begripelijker dan de ruimtelijke versie. De grondige lezers vonden juist de ruimtelijke versie beter te begrijpen. Misschien dat een grondige lezer behoefte heeft aan meer rust en ruimte op het papier dan een oppervlakkige lezer. Dat sluit aan bij het onderzoek van McLaen waaruit bleek dat ruime marges de ogen laten ontspannen.

De derde vraag van het onderzoek luidde: wat is het effect van de eerste indruk op de waardering, begripelijkheid en leeswijze? Een positievere eerste indruk zorgde voor een hogere waardering van de structuur, waardering van de schrijver, en waardering van de opmaak. Een duidelijke eerste indruk zorgde voor een grondigere leeswijze, hogere waardering van de structuur, waardering van de schrijver en waardering van de opmaak, beter begrip, en een aanzienlijk hoger rapportcijfer. Hypothese twee, de eerste indruk beïnvloed leeswijze, kan dus aangenomen worden. Ook hypothese drie is met deze resultaten bevestigd. De eerste indruk heeft inderdaad effect op de waardering van de brief door de lezer.

H5 CONCLUSIE

De hoofdvraag van dit onderzoek was: wat is het effect van de eerste indruk en ruimte op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze van een zakelijke brief? Uit het hoofdonderzoek bleek dat een positieve en duidelijke eerste indruk van een brief de waardering en begrijpelijkheid verhoogd en een grondige leeswijze bevordert. Het beste wat een briefschrijver kan doen, is zorgen dat de inhoud van de brief snel duidelijk is.

Ruimte had geen invloed op de waardering, begrijpelijkheid en leeswijze. Bovendien had ruimte geen invloed op de eerste indruk. Om de inhoud van de brief snel duidelijk te maken is het dus niet nodig de brief ruimtelijk op te zetten. Wel hadden lager opgeleiden een betere verwachting bij de ruimtelijke versie en hoger opgeleiden bij de niet-ruimtelijke versie. Schrijvers zouden dus moeten afstemmen op het opleidingsniveau van de lezer en daar hun keuze op baseren voor de mate van ruimte in een brief. In vervolgonderzoek zouden andere factoren meegenomen moeten worden die een mogelijk effect kunnen hebben op de eerste indruk. Te denken valt aan de indeling van de brief; bijvoorbeeld chronologisch of thematisch.

Dat ruimte geen effect had op begrijpelijkheid komt niet overeen met eerder onderzoek. Dat de ruimtelijke versie niet gezorgd heeft voor een grondigere leeswijze kan verklaard worden door de manipulatie. Wellicht verschilden de twee versies niet genoeg van elkaar om voor een effect te zorgen. In volgend onderzoek zou daarom een manipulatietoets uitgevoerd moeten worden om te bepalen of de versies anders worden beoordeeld op het gebruik van ruimte.

Mensen beoordelen een tekst net zo snel als ze een indruk vormen van een ander mens. Die indruk heeft een grote invloed op hoe de informatie in de brief wordt verwerkt en hoe lezers de schrijver, opmaak, stijl en structuur waarderen. Er valt dus veel te winnen met een goede eerste indruk. Dat is een kans die gegrepen mag worden.

- Adair, J. (2006). *How to grab your customer's interest in 3 seconds or less*. Retrieved from: http://www.web-mirage.com/marketing_blog/all/how-to-grab-your-customers-interest-in-3-seconds-or-less/ (bekeken op 21 juni 2012).
- Boss, L. (2012). Miljoenen persoonlijke brieven; de correspondentie van de Sociale Verzekeringsbank. *Tekstblad, de beschouwing*, 2, pp. 12-15.
- Chi, E. H., Gumbrecht, M. & Hong, L. (2007). Visual Foraging of Highlighted Text: An Eye-Tracking Study. In: Jacko, J. (red). *Human-Computer Interaction*, part III, HCII, LNCS 4552, pp 589-598.
- De Jong, M, & Schellens, P. J. (1995). Van pretestcommentaar naar een betere tekst. Revisie bij aanvaardings- en waarderingsproblemen van lezers. *Tekstblad*, 2, pp 29-37.
- Hassan, R. (2011). *The age of distraction. Reading, Writing and Politics in a High-Speed Networked Economy*. New Jersey: Transaction Publishers
- Maes, F., Ummelen, N. & Hoeken, H. (1996). *Instructieve teksten. Analyse, ontwerp en evaluatie*. Hoofdstuk 6 Evaluatie onderzoek, pp 179-197. Bussum: Coutinho.
- Petty, R. E. & Wegener, D. T. (1999). The Elaboration Likelihood Model: Current Status and Controversies. In: Chaiken, S. & Trope, Y. (red). *Dual-process theories in social psychology*. Hoofdstuk 3, pp 41-72. New York: The Guilford Press.
- Pool, E., van der, Brand, E. (2008). Graag in leesbaar Nederlands. Een onderzoek naar de beantwoording van burgerbrieven door 13 ministeries. Duidelijkheid en Bejegening nader bekeken. Onderzoeksrapport in opdracht van de Nationale Ombudsman uitgevoerd door het Lectoraat Human Communication Development.
- Rayner, K., Fischer, M. H. & Pollatsek, A. (1998). Unspaced Text Interferes with Both Word Identification and Eye Movement Control. *Vision Research*, 38, 8, pp 1129-1144.
- Renkema, J. & Kloet, L. (2000). De toestand van een tekst. Een diagnose volgens het CCC-model. *Management en Communicatie*, dossier 6, pp 25- 36.
- Santos Lonsdale, M. dos, Dyson, M. C. & Reynolds, L. (2006). Reading in examination-type situations: the effect of text layout on performance. *Journal of Research in Reading*, 29, 4, pp 433-453.

Schellens, P. J. & Maes, A. A. (2000). Tekstontwerp. In: A. Braet (red). *Taalbeheersing als communicatiewetenschap*. Hoofdstuk 6, pp 155-188. Bussum: Coutinho.

Straatsma, F. (2009). *Typically Typographic. The effects of typographic layout on the processing of product advertisements* (Academisch proefschrift). Vrije Universiteit Amsterdam, Amsterdam.

Willis, J. & Todorov, A. (2006). First impressions: making up your mind after 100 ms exposure to a face. *Psychological Science*, 17, pp 592-58.

BIJLAGE A1: DUIDELIJKHEID EN BEJEGENINGSMODEL

Concept	Dimensie	Indicator	Beoordelingsitem (in welke mate...)
Duidelijkheid	Kernboodschap	Relevantie van de informatie	<ul style="list-style-type: none"> - Aansluiting op vraag: krijgt de lezer antwoord op de vraag? - Relevantie van de informatie: bevat de brief geen overbodige algemene informatie? - Is duidelijk waar de lezer verdere informatie kan verkrijgen?
		Onderbouwing van de informatie	Is het antwoord inhoudelijk gemotiveerd?
		Innerlijke structuur	Zijn alle onderdelen van een brief aanwezig, te weten: afzender, geadresseerde, onderwerp/referentie, plaats en datum, aanhef, inleiding-kernafsluiting/conclusie, ondertekening, evt. bijlagen
	Taalgebruik	Uiterlijke structuur	<ul style="list-style-type: none"> - Herkenbaarheid: logo afzender duidelijk, alinea's goed zichtbaar, gebruik kopjes, structuurmarkeerders - Lay-out/ typologie: bladspiegel, consequente typografie
		Formulering op woordniveau	<ul style="list-style-type: none"> - Abstracte woorden - Vaktaal - Afkortingen - Wel/geen toelichting bij bovenstaand - Woordgebruik
		Formulering op zinsniveau	Zinsconstructie: <ul style="list-style-type: none"> - voorzetseluitdrukkingen - tangconstructie - lange aanloop - nominalisatie - aansluiting van zinnen op elkaar - passief constructie Zinslengte
Bejegening	Betrokkenheid tav inhoud en persoon	Oog voor situatie/probleem/vraag/klacht	Wordt de situatie / het probleem / de vraag / de klacht (samengevat) weergegeven
		Oog voor persoonlijke situatie	Wordt er expliciet ingegaan op de emotie van de persoon?
	Professionele presentatie	Persoonlijke benadering (van mens tot mens)	<ul style="list-style-type: none"> - Is er een persoonlijke aanhef en ondertekening? - Wordt de lezer aangesproken met u en de afzender aangeduid met we/ik (geen men, mens, persoon)
		Zakelijke benadering (schrijver is ambtenaar in functie; geen vriend/buurman)	<ul style="list-style-type: none"> - Is het duidelijk dat de schrijver een vertegenwoordiger is van het ministerie? (logo, ondertekening) - Gebruik van beleidswoorden, ambtenarentaal - Verzorgde en correcte spelling en interpunctie

**BIJLAGE A3: GEREVISEERDE BRIEF NA ANALYSE MET DUIDELIJKHEID EN
BEJEGENINGMODEL**

**BIJLAGE A4: GEREVISEERDE BRIEF NA PLUS-EN-MINONDERZOEK, RUIMTELIJK
EN NIET-RUIMTELIJK**

BIJLAGE B1: VRAGEN VOORONDERZOEK

Eerste indruk algemeen	Wat heeft u gezien? Waar heeft u als eerste op gelet?
	Wat voor gevoel roept de brief bij u op?
Verwachting	Waar denkt u dat de brief over gaat?
	Na het zien van de brief, heeft u zin hem helemaal uit te lezen? Hoeveel tijd denkt u dat het lezen van de brief u gaat kosten?
Algemene waardering	Welk cijfer zou u de brief geven? Op basis waarvan geeft u dit cijfer?
	Hoe gaat u in het algemeen om met brieven van een officiële instantie?

BIJLAGE B2: RESULTATEN VOORONDERZOEK

Wat heeft u gezien?

Reactie	Aantal
Inhoud: brief over AOW-toeslag	28
Inhoud: De toeslag wordt aangepast	13
Afzender	13
Inhoud: De toeslag is afhankelijk van inkomen partner	9
Aanhef	6
Kopjes	6
Bedragen	5
Inhoud: Ik heb teveel toeslag ontvangen	3
Verdeling in alinea's	3
Onderwerpregel	3
Datum	3
Lengte van de tekst	2
Afsluiting	2
Geadresseerde	1
Mogelijkheid tot het maken van bezwaar	1
Inhoud: Teveel toeslag wordt verrekend	1
Contactpersoon	1

Waar heeft u als eerste op gelet?

Reactie	Aantal
Tussenkopjes	19
Onderwerpregel	11
Algemene indeling/opbouw	10
Logo SVB	10
Eerste alinea	10
(Lengte van de) alinea's	7
Briefhoofd	4
Kernwoord 'AOW'	3
Afzender	3
Bedragen	3
Aanhef	3
Geadresseerde	3
Contactpersoon (+nummer)	2
Geen uiterlijke kenmerken	2
Datum	1
Leesbaarheid	1

BIJLAGE B3: RESULTATEN PLUS-EN-MINMETHODE

Opmerking	Actie
Briefhoofd	
Er is te weinig ruimte tussen de persoonsgegevens en het onderwerp. Zo valt het onderwerp minder op.	Gebruikt als manipulatie in hoofdonderzoek; ruimte.
Kopje: Raar onderbuikgevoel. Ik word er financieel slechter van. 'Wijziging' klinkt beter.	Onderwerpregel is aangepast: Vermindering AOW-toeslag
Het briefhoofd is verwarrend en onoverzichtelijk. Het zou duidelijker zijn wanneer de gegevens (datum, servicenummer, behandeld door en correspondentienummer) onder elkaar zouden staan.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
Begrijp niet wat AOW-pensioen is, AOW krijg je toch van de overheid en je pensioen van het pensioenfonds?	De AOW heet het AOW-pensioen, dus het is zo gelaten.
Ik vind de brief met blokjes fijner ogen; overzichtelijker en minder intimiderend door de hoeveelheid tekst.	Gebruikt als manipulatie in hoofdonderzoek; ruimte.
Aanhef	
Heer/mevrouw is raar. Ze weten alles van je, maar niet je geslacht. (5x)	Gebruikt als manipulatie in hoofdonderzoek; bejegening.
Inleiding	
De informatie in de inleiding lijkt meer een soort achtergrondinformatie. Ik heb drie alinea's nodig om achter de werkelijke boodschap te komen. De inleiding is niet 'to the point'. Het is een informatieve brief, dus 'opwarmertjes' zijn niet nodig. Ik wil meteen weten waar het over gaat. (4x)	Aangepast: eerste zin is inhoudelijk gemaakt.
Slechtnieuwsalinea. Komt vooral door de zin 'Dit betekent dat u in deze periode teveel toeslag heeft ontvangen'. (2x)	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
Het wekt de indruk dat het gebruik van de verouderde inkomensgegevens de schuld is van de SVB. (2x)	Aangepast: 'echter' is uit de zin gehaald.
De zin die begint met 'omdat', dat is raar, ik heb altijd geleerd dat zinnen niet met voegwoorden mogen beginnen.	Aangepast: 'omdat' is weggehaald.
In het eerste stuk zeggen jullie 'dat zal verrekend worden met je AOW-pensioen vanaf oktober'. En in het derde deel zeggen jullie 'meerdere maanden', dat zou hier opgenomen moeten worden. Dus	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is

het liefst wat extra uitleg.	niet relevant.
Ik vind de zaken verwarrend, het gaat over inkomsten niet pensioen en onafhankelijk over AOW. Voor de rest wil ik vermelden dat er een verschil is tussen pensioen en AOW. Pensioen wordt betaald door pensioenfondsen die dat beleggen en AOW wordt via het omslag stelsel direct uitgekeerd aan alle bejaarden in Nederland. Dit bedrag is niet genoeg, de staat moet daar miljoenen per jaar bijleggen. Voor de rest is het een vast bedrag wat men aan AOW krijgt.	De AOW heet het AOW-pensioen, dus het is zo gelaten.
Tekst komt niet zakelijk over (2x)	Aangepast: 'Dit betekent' vervangen door 'dit heeft als gevolg gehad'
Toeslag vanaf oktober 2011	
Het is geen brief voor oude mensen. Zij hebben waarschijnlijk meer moeite om de tekst te begrijpen. De verrekening komt hier raar over. Het staat wel in de inleiding, maar het is ingesneeuwd.	Aangepast: zin over verrekening is uit de alinea gehaald.
Laatste twee zinnen lopen niet lekker. Je struikelt bijvoorbeeld over 'teveel'. Dat belemmert mijn leestempo.	Aangepast: zin is eruit gehaald.
'Gaan wij ervan uit' straalt onzekerheid uit. Onlogisch, je weet niet precies waar je aan toe bent, want zij weten het blijkbaar niet zeker. Niet concreet genoeg. (4x)	Aangepast: vervangen door 'volgens onze gegevens'
'Denk wel aan...' klinkt een beetje betuttelend en schools. Net alsof ze er vanuit gaan dat je het vergeet. (3x)	Aangepast: zin is eruit gehaald.
Bij het aangeven van het inkomen waar vanuit gegaan wordt zou het mooier zijn om het woord 'gemiddeld' ervoor te zetten.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
'Gaan er vanuit' zou beter zijn als er 'hebben berekend' of 'uitgaande dat' van gemaakt wordt.	Aangepast: vervangen door 'volgens onze gegevens'
De laatste zin van deze alinea is overbodig.	Aangepast: zin is eruit gehaald.
Algemeen weer negatief gevoel, omdat er zomaar 'ergens vanuit gegaan wordt' zonder overleg of wat dan ook.	Aangepast: zin is eruit gehaald.
Niet duidelijk omdat het iets is wat al geweest is en nu verrekend wordt. Waarom en hoezo? Beetje vaag.	Aangepast: zin is eruit gehaald.
Inhoudelijk klopt het wel, alleen is het de vraag of zij het goed hebben berekend. Het lijkt mij dat het luttele bedrag van 600 euro per maand weinig invloed zou hebben op mijn AOW of pensioen.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
Verwarrend dat je zowel in de brief bedragen noemt als in een overzicht, bedragen gewoon in de brief zetten.	Aangepast: de berekening is toegevoegd aan de brief.
Niet duidelijk genoeg omdat er geen specifieke informatie in staat:	Aangepast: de

“Het roept meer vragen op dan dat het informatie geeft.”	berekening is toegevoegd aan de brief.
Teveel toeslag ontvangen	
Vindt de volgorde van alinea 2 en 3 verkeerd om. (4x)	Niet aangepast: was wel de bedoeling maar is misgegaan.
Waarom is de betaling gespreid en heeft de respondent geen keuze bijvoorbeeld alles in een keer te betalen? (4x)	Aangepast: ‘volgens de standaardprocedure’ in de brief gezet.
Er wordt heel veel informatie in weinig zinnen gegeven waardoor er vaker gelezen moet worden, het overzicht vervalt hierdoor een beetje. Ook omdat het niet helemaal duidelijk lijkt over welke periode het nou steeds gaat.	Aangepast: alinea is ingekort en de betreffende periode is duidelijk benoemd.
De zin ‘Dit bedrag verrekenen we in meerdere maanden’ mag weggelaten worden, is overbodig.	Aangepast: ‘Dit bedrag verrekenen wij volgens de standaardprocedure in 12 maanden.’
De zin die begint met ‘daarom’ loopt niet lekker en is ook niet zakelijk. Beter is iets als ‘met als gevolg dat...’	Aangepast: zin is omgebouwd.
De alinea is langer dan nodig, doordat er informatie herhaald wordt. (2x)	Aangepast: de alinea is ingekort.
Had deze berekening liever eerder in de brief gezien. (2x)	Aangepast: berekening AOW-toeslag staat eerder in de brief.
Loonstrookjes of uitkeringsspecificaties opsturen	
Het noemen van verschillende maanden is verwarrend. Je denkt: ‘He? Het ging toch over april-september?’ Er ontbreekt een bruggetje tussen deze alinea en de voorgaande tekst. Suggestie: ‘Om niet weer de toeslag aan te passen, zouden wij graag alle loonstroken hebben over de periode’ in plaats van de bestaande zin ‘Wij willen graag weten...’	Aangepast: ‘om in de toekomst te voorkomen dat u te veel of te weinig toeslag krijgt,...’
Verander ‘tot maart’ in ‘tot en met maart’.	Aangepast zoals voorgesteld.
Verander ‘wij vragen u om kopieën te bewaren’ in het bewaren van de originele loonstrookjes etc. en stel dat er in april van volgend jaar gevraagd gaat worden om kopieën hiervan.	Aangepast zoals voorgesteld.
De zinnen in deze alinea zijn te lang.	Aangepast: eerste zin is ingekort.
Wordt als een hele negatieve, vervelende en wantrouwende alinea gezien. Want waarom moeten er allerlei dingen bewezen worden? Bovendien wordt aangehaald dat de 65+er hier afhaakt, want er moet van alles bewaard en gekopieerd worden en ontzettend veel	Aangepast: relevantie voor de ontvanger is extra benadrukt.

moeite gedaan worden. (4x)	
Loonstrookjes hoeft je naar mijn idee niet te bewaren omdat als je je loonstrook van december bewaart alles daarin staat. Uitdraai van je jaaropgave staat ook op deze loonstrook.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
Wijziging inkomen	
De informatie in deze zin zie ik liever puntsgewijs aangegeven. De eerste zin is te lang. (3x)	Niet aangepast: vraagstelling is functioneel, opsomming is moeilijk te maken.
Had veel korter gekund, het waarom van deze alinea is al verklaard in bovenstaande alinea's.	Aangepast: alinea is samengevoegd met voorgaande alinea.
Er ontstaat wat verwarring omdat in de alinea hiervoor al gesproken is over het bijhouden en doorgeven van wijzigingen. De informatie hier is dubbelop. (2x)	Aangepast: alinea is samengevoegd met voorgaande alinea.
Meer informatie	
'Misschien kunnen wij uw bezwaar wegnemen' komt nogal agressief/houtain over. (2x)	Niet aangepast: er werd ook positief op gereageerd.
Ik mis een zin als 'Hopelijk bent u voldoende geïnformeerd' en een samenvatting.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
Het bezwaarschrift kan beter apart. Het kopje is nu niet juist. Benoem het bijvoorbeeld 'Contact' o.i.d. Elke dag bereikbaar lijkt mij een foutje.	Aangepast: alinea is gesplitst in een kopje 'Bezwaar?' en een kopje 'Vragen?' en 'dag' is 'werkdag' geworden.
Combineer het bellen met de openingstijden, nu lijkt het of er openingstijden voor de e-mail zijn. (2x)	Aangepast zoals voorgesteld.
Ook hier had de opsomming even puntsgewijs gekund t.b.v. het overzicht.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.
De opmaak is onduidelijk en niet professioneel. De bolletjes zou ik dan ook weglaten.	Aangepast: bolletjes zijn weggelaten en alinea is gesplitst.
Afsluiting	
Er ontbreekt een handtekening.	Niet veranderd. Opmerking komt weinig voor en/of is niet relevant.

BIJLAGE C: VRAGEN HOOFDONDERZOEK

Algemene eerste indruk:

1. De brief maakt een zorgvuldige indruk
2. De brief is professioneel

Verwachting van de inhoud:

1. Ik heb een duidelijke verwachting waar de brief over gaat
2. Toen ik de brief zag was het onderwerp me meteen duidelijk
3. De brief gaat over een vermindering van de AOW toeslag

Motivatie om verder te lezen:

1. Ik zou de brief meteen helemaal uit willen lezen
2. Ik ben gemotiveerd om de brief te lezen

Waardering lay-out:

1. De brief is overzichtelijk
2. De brief is logisch opgebouwd
3. De lengte van de brief is precies goed voor mij
4. De afstand tussen de alinea's maakt de brief goed leesbaar
5. De bedragen in de brief zijn duidelijk weergegeven
6. De brief ziet er gestructureerd uit

Mate van persoonlijk aanspreken:

1. De brief is op mijn persoonlijke situatie afgestemd
2. De brief komt persoonlijk over

Verwachte leestijd:

1. Geef in hele minuten aan hoeveel tijd u nodig denkt te hebben om de brief te begrijpen (als laatste vragen)

Vraag 4: Bij de eerste aanblik keek ik direct naar de afzender.

Vraag 5: Ik heb als eerste gelet op de tussenkopjes.

Vraag 6: Om de inhoud vast te stellen, las ik direct de eerste alinea.

Leeswijze:

1. Ik heb de brief oppervlakkig/grondig gelezen

Waardering structuur:

1. De opbouw van de brief is plezierig om te lezen
2. De indeling van de brief is goed

Waardering schrijver:

1. professioneel/onprofessioneel
2. De schrijver behandelt mij met respect
3. De schrijver van de brief lijkt mij deskundig
4. De schrijver neemt me serieus
5. De schrijver van de brief komt geloofwaardig over

Waardering opmaak:

1. Logisch opgebouwd/onlogisch opgebouwd
2. rustig/druk

3. De lengte van de brief is precies goed voor mij
4. De alinea's zijn te lang
5. De afstand tussen de alinea's maakt de brief goed leesbaar
6. De hoeveelheid kopjes maakt het geheel rommelig

Waardering stijl:

1. sympathiek/onvriendelijk
2. afstandelijk/uitnodigend
3. Persoonlijk/onpersoonlijk
4. De afsluiting van de brief is zakelijk
5. De onderwerpregel is informatief
6. De formulering van de tussenkopjes vind ik afstandelijk

Begrijpelijkheid:

1. warrig/duidelijk
2. goed geschreven/slecht geschreven
3. eenvoudig/complex
4. bondig/omslachtig
5. De boodschap wordt helder beschreven
6. Na het lezen van de brief weet ik wat er in mijn situatie verandert

Rapportcijfer

Deze brief krijgt van mij het volgende rapportcijfer: