



**Universiteit Utrecht**

## **Wat maakt een zwak argument sterker?**

*'Een experimenteel onderzoek naar het effect van een hedge en/of een warrant bij een zwak argument op de waardering van een afwijzingsclaim'*

**Eindwerkstuk Communicatie  
Communicatie en Informatiewetenschappen**

-

**13-11-2012**

-

**Universiteit Utrecht**

-

**Peter Merkestijn**

**3714020**

-

**Begeleider: F. Jansen**

## **Samenvatting**

Binnen dit onderzoek wordt gekeken naar de toevoeging van een *hedge* en/of *warrant* bij een zwak argument op de waardering van een claimafwijzingsbrief van een verzekering. Uit eerder onderzoek is gebleken dat een warrant als ondersteuning voor de rechtvaardiging van een argument kan dienen (Schellens & De Jong, 2004; Stoker, 2011; Timmers et al, 2008). Een *hedge* is een negatieve beleefdheidsstrategie en kan de negatieve lading van een slechtnieuwsboodschap verzachten (Brown & Levinson, 1987). Daarom kijkt dit onderzoek naar de toevoeging van een warrant en een hedge bij een zwak argument. Er is een verzekeringsbrief opgesteld waarbij een zwak argument met en zonder warrant en/of hedge is toegevoegd. Er zijn vier condities van deze brief getoetst door middel van een experiment. Er hebben in totaal 130 proefpersonen meegewerkt aan dit onderzoek, waarbij de proefpersonen verdeeld zijn over de vier condities. Daarbij werden de proefpersonen gevraagd de verzekeringsbrief te lezen en vragen te beantwoorden. De resultaten van dit onderzoek laten zien dat er op een aantal variabelen interactie-effecten gevonden zijn, namelijk op de waardering van de constructen overtuiging en schrijfstijl van de verzekeringsbrief. Ook zijn er interactie-effecten gevonden op de demografische factoren, geslacht en opleiding. Binnen dit onderzoek is er ook gekeken naar *need for cognition* als moderator op de waardering van de verzekeringsbrief, waar een warrant of hedge aanwezig is. *Need for cognition* heeft geen invloed gehad op de waardering van het imago, overtuiging, schrijfstijl en betrokkenheid van de verzekeringsbrief.

## Inhoudsopgave

Inleiding .....	4
1. Theoretisch kader .....	5
1.1 Argumentatie .....	5
1.2 Elaboration Likelihood Model .....	7
1.3 Beleefdheid .....	8
1.4 Eigenschappen argument binnen dit onderzoek.....	9
1.5 Hypothesen .....	10
2. Methode .....	11
2.1 Materiaal .....	11
2.2 Proefpersonen .....	13
2.3 Instrumentatie.....	14
2.4 Afhankelijke variabelen.....	15
2.5 Onderzoeksontwerp .....	16
2.6 Procedure .....	16
2.7 Statistische verwerking .....	17
3. Resultaten .....	17
3.1 Het effect van de toevoeging van de warrant.....	18
3.2 Het effect van de toevoeging van de hedge.....	18
3.3 Interactie-effecten warrant en hedge.....	19
3.4 Correlaties .....	21
3.5 Thought listing.....	21
3.6 Need for cognition.....	22
3.7 Demografische factoren .....	22
4. Conclusie.....	24
5. Discussie .....	25
6. Implicaties voor verder onderzoek.....	26
Literatuurlijst .....	28
Apendix A .....	30
Apendix B .....	34

## Inleiding

Het Verbond van Verzekeraars (2011) brengt jaarlijks een consumentenmonitor uit over verzekeringen. Daaruit blijkt dat in 2011 maar 51% van de Nederlandse consumenten een positief gevoel heeft bij verzekeringen. Een van de oorzaken van dit slechte gevoel zijn de claimafwijzingen door verzekeraars. Steeds meer verzekeraars stuiten op weerstand bij consumenten na een claimafwijzing. Het grootste deel van de klachten gaat namelijk over claimafwijzingen (de Groot, 2011). Het is daarom belangrijk dat verzekeraars deze claimafwijzing op een goede manier communiceren, zodat klanten tevreden zijn over de afhandeling van de claim. Veel mensen zijn bekend met claimafwijzingen en dit bepaalt ook mede het imago van een verzekering.

Volgens Jansen en Janssen (2010) is het belangrijk dat een slechtnieuwsbericht de boodschap snel overbrengt en niet om de boodschap heen draait. Het goed motiveren van de boodschap heeft ook een positieve uitwerking op de ontvangst van de boodschap. Volgens Jansen en Janssen (2010) leidt het geven van argumenten sneller tot acceptatie van de claimafwijzing bij klanten, zoals in de slechtnieuwsboodschap

Lezers zijn op zoek naar redenen voor afwijzingen, om deze afwijzing wel of niet te kunnen goedkeuren. Het geven van argumenten is een van de strategieën die ervoor zorgt dat een slechtnieuwsboodschap sneller geaccepteerd wordt blijkt uit onderzoek van Brown en Levinson (1987). Het is volgens Brown en Levinson (1987) mogelijk om de pijnlijke boodschap te verzachten door gebruik te maken van beleefdheidsstrategieën. Uit onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden) blijkt dat de kwaliteit van argumenten van invloed is op de acceptatie van een claimafwijzing.

Jansen en Janssen (aangeboden) geven aan dat een sterk argument moet voldoen aan verschillende voorwaarden. De kwaliteit van een argument wordt mede bepaald door het plaatsen van een *warrant*, door bijvoorbeeld te verwijzen naar de polisvoorwaarden. Wat nog niet onderzocht is, is het effect van het plaatsen van een warrant op de waardering van de afwijzing, bij een zwak argument.

Brown en Levinson (1987) onderscheiden beleefdheidsstrategieën. Een daarvan is het plaatsen van een *hedge*. Hedges zijn woorden die negatieve boodschappen kunnen afzwakken. Hiermee wordt geprobeerd om aan iemands negatieve gezicht tegemoet te komen. Er is nog geen onderzoek gedaan naar wat de effecten zijn van het plaatsen van een hedge bij een zwak argument. Het is dus de vraag waar het plaatsen van hedge bij een zwak argument toe leidt. Wordt een zwak argument nu mogelijk wel geaccepteerd? En leidt het plaatsen van een hedge en/of warrant bij een zwak argument nu tot een betere waardering van de claimafwijzing ondanks dat het argument zwak is?

Dit onderzoek kijkt naar het effect van een hedge en een warrant bij een zwak argument, geformuleerd in een verzekeringsbrief uit het onderzoek van Jansen en Janssen (2010, aangeboden). De volgende hoofdvraag staat centraal:

*In hoeverre hebben een warrant en een hedge bij een zwak argument invloed op de waardering van een verzekeringsbrief?*

Het is belangrijk te kijken naar de verwerkingsroute van lezer bij de brief, omdat dit invloed heeft op de waardering van een zwak argument. Daarbij wordt gekeken naar het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) met daarbij de wijze van verwerking van informatie (Petty & Cacioppo, 1984).

In het volgende hoofdstuk (hoofdstuk 1) worden de verschillende theorieën die van belang zijn bij argumentatie uiteen gezet. Ook wordt er toegewerkt naar het zwakke argument dat gebruikt wordt in dit onderzoek gevolgd door de hypothesen. In hoofdstuk 2 wordt de methode van dit onderzoek beschreven, gevolgd door de resultaten (hoofdstuk 3), conclusie (hoofdstuk 4) en discussie (hoofdstuk 5).

## **1. Theoretisch kader**

### **1.1 Argumentatie**

Dit onderzoek maakt gebruik van verschillende theorieën over argumentatie. Volgens Van Eemeren en Grootendorst (1978) is argumentatie ‘...een verbale, sociale en rationele activiteit die erop gericht is een redelijke beoordelaar van de aanvaardbaarheid van een bepaald standpunt te overtuigen’. Dit gebeurt door de in het standpunt uitgedrukte propositie te rechtvaardigen of te ontkrachten. Argumentatie bestaat volgens Toulmin (1958) uit de claim, het gegeven en de rechtvaardiging. De claim moet verdedigd worden door middel van het gegeven. De rechtvaardiging geeft aan waarom het gegeven relevant is. De rechtvaardiging kan onderbouwd worden door middel van een ondersteuning (Van Eemeren & Grootendorst, 1978). Het model van Toulmin is toepasbaar op verschillende argumentatiestructuren.

Volgens Van Eemeren, Henkemans & Grootendorst (1996) is er sprake van een enkelvoudige argumentatiestructuur wanneer er een standpunt wordt ondersteund door één argument en een verzwegen argument. Het verzwegen argument wordt niet expliciet uitgesproken bij een enkelvoudige argumentatie. Het argument moet het standpunt verdedigen of ontkrachten. Dit onderzoek maakt gebruik van enkelvoudige argumentatie, daarom wordt niet verder ingegaan op de andere argumentatiestructuren.

Naast verschillende structuren zijn er ook verschillende argumentatievormen. Schellens en De Jong (2004) onderscheiden verschillende vormen van argumentatie. Een daarvan is de

argumentatie op basis van regels. Bij een argumentatie op basis van regels wordt een argument gebaseerd op een geldende norm. Door middel van regels vindt de beoordeling plaats over de gang van zaken met een positief of negatief argument. Het is belangrijk dat een argument op basis van geldende normen, voldoet aan een aantal voorwaarden, wil het overtuigend overkomen. Daarom onderscheidt Schellens (2006) verschillende evaluatiecriteria voor het beoordelen van een normatief argument. Hij laat zien dat het abstractieniveau van mensen bepaalt op welke manier argumenten onderscheiden en geëvalueerd worden. Uit de conclusie van zijn onderzoek blijkt dat participanten kijken naar twee criteria voor het beoordelen van een argument, namelijk of het op waarheid is gebaseerd en of het een reden is om de conclusie aannemelijk te vinden. Dit sluit aan bij de theorie van Areni en Lutz in Hustinx, Enschat en Hoeken(1988) die laten zien dat de beoordeling van een argument afhankelijk is van de wenselijkheid en de waarschijnlijkheid. De waarschijnlijkheid heeft een verband met de waarheid van het argument en de wenselijkheid heeft een verband met de aannemelijkheid van het argument. Volgens Areni en Lutz in Hustinx et al (1988) bepaalt dat ook de mate waarin een argument als sterk of zwak wordt gezien. Park, Lee en Han (2007) laten zien dat de wenselijkheid en waarschijnlijkheid van een argument versterkt kunnen worden door de aanwezigheid van ondersteunende gegevens. Ondersteunende gegevens zijn volgens Jansen en Janssen (2010) essentieel bij sterke argumentatie.

Jansen en Janssen (2010) doen onderzoek naar een afwijzing van een claim door een verzekeraar. Een sterk argument moet volgens Jansen en Janssen (aangeboden) voldoen aan de voorwaarden dat er een expliciete warrant aanwezig is, er een directe link is naar de voorwaarden van de verzekering en de warrant linkt naar de interpretatie van het argument. Volgens Jansen en Janssen (aangeboden) is een argument zwak wanneer één van de drie voorwaarden ontbreekt. Bij sterke argumenten is er een logische stap te maken tussen standpunt en argument. Er wordt door de lezer direct een conclusie gevormd dat de claim niet wordt geaccepteerd (Brant in van den Berg, 2011). De drie voorwaarden van Jansen en Janssen (aangeboden) kunnen aan deze logische stap tot het accepteren van de claim bijdragen. Een warrant wordt gedefinieerd als een 'als...dan' constructie. Het wordt gevormd op basis van regels en feiten. Een warrant is toepasbaar bij argumentatie op basis van regels, zoals Schellens en de Jong (2004) vermelden. De warrant ondersteunt de rechtvaardiging van het argument.

Deze paragraaf heeft verschillende aspecten beschreven die betrekking hebben op een argument. Er is gekeken naar de structuur van een argument, naar verschillende soorten argumenten en naar de eigenschappen van een sterk argument. Daarna is de koppeling gelegd met het plaatsen van een warrant bij een argument van een verzekering. Daarbij is aangegeven dat een warrant als ondersteuning van de rechtvaardiging kan dienen. Ook bij zwakke argumenten zou dit nog verder onderzocht moeten worden.

Binnen dit onderzoek wordt onder andere gekeken naar het plaatsen van een warrant bij een argument dat in zijn 'kale' vorm als zwak wordt beoordeeld (zie paragraaf 1.4). Timmers, Sorm, Schellens en Hoeken(2008) geven aan dat het benoemen van de polisvoorwaarden (warrant) een argument overtuigender maakt. Eerder onderzoek heeft vooral gekeken naar de kwaliteitsbepaling van een sterk of zwak argument en impliciete en expliciete argumenten. Er is nog geen onderzoek gedaan naar één argument met daarbij verschillende formuleringvormen, zoals het toevoegen van een warrant. Stoker (2011) geeft aan dat expliciete gevormde argumenten beter beoordeeld worden dan impliciete gevormde argumenten. Van den Berg (2011) geeft aan dat expliciete zwakke argumenten het minder goed doen als het gaat om acceptatie van de claimafwijzing. Er is sneller zichtbaar dat een argument zwak is bij een expliciete formulering. Deze resultaten geven aanleiding voor dit onderzoek.

## **1.2 Elaboration Likelihood Model**

Belangrijk voor dit onderzoek is de verwerking van de afwijzingsbrief. Daarbij is het *Elaboration Likelihood Model (ELM)* van belang dat ontwikkeld is door Petty en Cacioppo (1984). Zij onderscheiden daarbij twee verschillende verwerkingsprocessen die van belang zijn bij het accepteren van een argument. De eerste verwerkingsroute daarbij is de centrale route. Mensen verwerken de informatie op uitgebreide manier. Het centraal verwerken van een argument kost meer cognitieve energie. Er wordt diepgaand over een argument nagedacht wat belangrijk is bij de uiteindelijke beoordeling van het argument. Eerdere ervaringen en voorkennis zijn van invloed op de cognitieve inspanning van een argument. Op basis van deze inspanningen wordt een argument geëvalueerd door de lezer. De tweede verwerkingsroute die wordt onderscheiden is de perifere route. Bij deze route steken mensen minder cognitieve energie in het verwerken van informatie. Er wordt bij de perifere route niet gekeken naar eerdere ervaring en er wordt niet diepgaand nagedacht over de informatie. Aspecten als de hoeveelheid argumenten, de bron, schrijfstijl en deskundigheid (niet-inhoudsgerelateerde kenmerken) zijn beoordelingscriteria bij deze route.

Het is belangrijk te kijken naar de verwerkingsroute die lezers innemen bij het verwerken van informatie. Bij een centrale verwerking van de tekst is de kwaliteit van het argument belangrijk. Bij de perifere verwerking is dat juist niet belangrijk, verschillen tussen sterke en zwakke argumenten worden niet opgemerkt. Sterke en zwakke argumenten worden alleen opgemerkt door lezers die centraal verwerken (Schellens, 2006). Zwakke argumenten worden door perifeer verwerkende lezers helemaal niet opgemerkt, bijvoorbeeld omdat de boodschap voor hun niet van belang is.

*Need for cognition (NFC)* heeft een direct verband met de verwerkingsroute van lezers (Petty & Cacioppo, 1982; Pieters, Verplanken & Modde, 1987). NFC wordt gedefinieerd als het

plezier dat een individu heeft om zichzelf meer of minder bezig te houden met denken. Met andere woorden wanneer een persoon veel cognitieve inspanning verricht heeft hij daarvan plezier. Volgens Hallahan (2008) zijn personen met een hoge NFC kritischer op de aangeboden informatie en komen deze personen sneller tot negatieve gedachten. Ook zijn personen met een hoge NFC beter in staat opgedane kennis te onthouden. Dit concept is onderdeel van het ELM. Volgens Pieters et al (1987) hangt een hoge NFC samen met het centraal verwerken. Een lage NFC hangt samen met de perifere verwerkingsroute. Lezers met een hoge NFC letten dus meer op inhoud gerelateerde kenmerken. Daarbij wordt de kwaliteit van argumenten opgemerkt door individuen met een hoge NFC.

### **1.3 Beleefdheid**

Zoals in de inleiding van dit onderzoek is beschreven, is het goed overbrengen van een slechtnieuwsboodschap belangrijk. Deze slechtnieuwsboodschap zorgt voor een bedreiging van het positieve en negatieve gezicht van de lezer. Brown en Levinson (1987) noemen dit *face threatening act* (FTA). De slechtnieuwsboodschap wordt gecommuniceerd door middel van taalhandelingen. Het is mogelijk dat deze interactie het positieve of negatieve gezicht van de lezer beschadigt. Met het positieve gezicht wordt bedoeld dat mensen graag geaccepteerd en gewaardeerd willen worden. Een slechtnieuwsboodschap kan mogelijk dit positieve gezicht beschadigen. Het negatieve gezicht wordt door Brown en Levinson (1987) gedefinieerd als de behoefte van mensen op privacy, autonomie en handelingsvrijheid. Vragen en adviezen zijn voorbeelden van handelingen waarbij het negatieve gezicht van een persoon aangetast kan worden. De zender van de boodschap probeert de autonomie en de vrijheid van de ontvanger niet aan te tasten. Daarvoor zijn er beleefdheidsstrategieën ontwikkeld door Brown en Levinson (1987). Zij definiëren vijf strategieën. Een daarvan is de negatieve beleefdheidsstrategie. Bij de negatieve beleefdheidsstrategie wordt de ontvanger met respect behandeld door de spreker. De ontvanger hoeft namelijk niet aan handelingsvrijheid in te leveren. De spreker probeert tegemoet te komen aan het negatieve gezicht van de spreker. De negatieve beleefdheid is door Brown en Levinson (1987) verder verdeeld in subcategorieën. Onderstaande subcategorieën van Brown en Levinson (1987) komen uit Houtkoop en Koole (2000):

- Een uitweg bieden
- Een hint geven
- Pessimistisch zijn ('Je kan zeker niet...')
- Minimaliseren (Verkleinvormen gebruiken: 'Mag ik je even storen?')
- Nette aanspreekvormen gebruiken (Met 'u' aanspreken)
- Namens iemand anders spreken ('Mijn broer zei...')
- De gezichtsbedreigende actie als een algemene regel formuleren



- Nominaliseren
- Jezelf excuseren
- Dankbaarheid tonen
- Afzwakken (Hedges gebruiken zoals 'bijna', 'soort van', 'eventueel')

De laatste categorie is van toepassing op dit onderzoek; het gebruik maken van een hedge. Een hedge is een pragmatische marker die de kracht van een uiting kan verzwakken. De spreker probeert de directheid van de boodschap te minimaliseren. Voorbeelden van hedges zijn woorden zoals 'een beetje' en 'waarschijnlijk'. Met deze woorden wordt het uitoefenen van macht gerelativeerd en afgezwakt.

#### **1.4 Eigenschappen argument binnen dit onderzoek**

Volgens Areni en Lutz in Hustinx et al (1988) is een argument te beoordelen op basis van de wenselijkheid en de waarschijnlijkheid. Dit onderzoek maakt gebruik van een zwak argument. Het standpunt en de rechtvaardiging spelen daarbij ook een belangrijke rol, aangezien dit aangeeft waarom het argument zwak is. Daarom wordt hieronder beschreven wat de structuur van het zwakke argument van dit onderzoek is.

#### Informatie

Op 15 augustus 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

#### Standpunt / claim

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

#### Argument

Er is meer geclaimd dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is.

#### Rechtvaardiging

Omdat er te veel geclaimd is, wordt er geen vergoeding toegekend door de verzekering.

Dit argument is niet waarschijnlijk en niet wenselijk om de volgende redenen.:

- Mensen krijgen geen vergoeding bij het fout indienen van een claim, omdat zij een te

hoge claim hebben ingediend. Deze rechtvaardiging is opmerkelijk.

- Het bedrag van de laptop is opmerkelijk. Is een laptop zo duur tegenwoordig? Het argument klopt niet en is niet waarschijnlijk. Hoe komt de verzekering aan het bedrag van €678,30. Er is geen bewijs en dat komt de kracht van het argument niet ten goede.
- Hoe heeft de reisorganisatie nauwkeurig onderzoek gedaan over een claimbedrag dat niet klopt? Er is geen materiaal dat aangeeft wat de originele prijs van de laptop is.

### Hedge en warrant

Het toevoegen van een warrant zorgt ervoor dat lezers verwezen worden naar de polisvoorwaarden. Dit maakt de reden van afwijzing mogelijk waarschijnlijker. De rechtvaardiging wordt ondersteund, dus volgens eerdere onderzoeken ook het argument (Jansen & Janssen, aangeboden; Schellens & de Jong, 2004; Stoker, 2011; Timmers et al, 2008). Daarnaast zou de hedge als vorm van beleefdheid de claimafwijzing minder pijnlijk kunnen maken bij de lezer (Brown & Levinson, 1987). De kracht van de negatieve lading van de boodschap wordt namelijk verminderd.

## **1.5 Hypothesen**

Zoals uit het theoretisch kader blijkt dient een warrant als expliciete ondersteuning van het argument. Verwacht wordt dat de warrant zorgt voor een positief effect op de waardering van lezers. Hieruit volgt de volgende hypothese:

*H1: Een verzekeringsbrief met afwijzingsclaim die gebruik maakt van een zwak argument met een warrant wordt hoger gewaardeerd dan een brief met hetzelfde zwakke argument zonder een warrant.*

Op basis van de beleefdheidstheorie van Brown en Levinson (1987) is de volgende hypothese geformuleerd:

*H2: Een verzekeringsbrief met afwijzingsclaim die gebruik maakt van een zwak argument met een hedge wordt hoger gewaardeerd dan een brief met hetzelfde zwakke argument zonder een hedge.*

Er is nog geen onderzoek gedaan naar de combinatie van een hedge en warrant bij een argument. Wel worden er door verschillende onderzoeken de voordelen van een warrant en hedge genoemd. Het is mogelijk dat een warrant de zwakheid van het argument extra benadrukt. Juist de toevoeging van een hedge zou deze claimafwijzing weer minder pijnlijk kunnen maken. Ook zou de warrant juist het effect van de hedge kunnen verminderen, omdat de

nadruk op de polisvoorwaarden wordt gelegd. Op basis van deze gedachten is de volgende hypothesen opgesteld.

*H3: Het toevoegen van een hedge en een warrant bij een zwak argument in een verzekeringsbrief met afwijzingsclaim leidt tot een interactie-effect.*

Ook is er in het theoretisch kader aandacht besteed aan verwerkingsprocessen op basis van verschillende onderzoeken (Petty & Cacioppo, 1982; Petty & Cacioppo, 1984; Pieters et al, 1987). Gesteld wordt dat lezers die centraal verwerken en lezers met een hoge NFC zwakke argumenten eerder onderscheiden dan perifere lezers. Hieruit volgt de volgende hypothese:

*H4: Need of cognition is van invloed op de waardering van de verzekeringsbrief bij een zwak argument met een warrant of een hedge.*

Ook zijn er nog een aantal extra vragen geformuleerd die van belang zijn bij het antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek: *In hoeverre hebben een warrant en een hedge bij een zwak argument invloed op de waardering van een verzekeringsbrief?*

Daarbij stelt dit onderzoek de volgende vragen:

- Wat is de invloed van demografische factoren op de waardering van de verzekeringsafwijzingsbrief?
- Welke constructen (afhankelijke variabelen, clusters) meten de waardering en op welke constructen heeft de aanwezigheid van een warrant en/of een hedge effect?

## **2. Methode**

Voor dit onderzoek is een experiment uitgevoerd naar het effect van de uitwerking van argumenten op de beoordeling van een verzekeringsafwijzingsbrief door proefpersonen. Dit onderzoek gaat verder op het onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden) en bekijkt de invloed van een warrant en een hedge bij een zwak argument op de waardering van verschillende constructen (afhankelijke variabelen).

### **2.1 Materiaal**

Voor dit onderzoek is een verzekeringsbrief van de fictieve reisverzekering Solar Reisverzekeringen NV gebruikt. De brief is gericht aan de familie Pietersen en gaat over het niet inwilligen van een claim voor een Acer laptop. De proefpersonen die deel hebben genomen aan dit onderzoek moesten voldoen aan de eis dat zij bekend waren met verzekeringen en claimafwijzingen. Juist die herkenbaarheid kan ertoe leiden dat mensen zich in de

afwijzingsbrief kunnen verplaatsen. De brief bestaat uit een logische opbouw waarin één aspect is gemanipuleerd, namelijk het argument voor claimafwijzing. De verzekeringsafwijzingsbrief is aangeleverd voor het onderzoek en gaat verder op het onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden).

De verzekeringsbrief is op vier manieren gemanipuleerd namelijk, met een hedge en zonder een warrant, met een warrant en zonder een hedge, zonder een warrant en zonder een hedge en met een warrant en met een hedge. Er is gebruik gemaakt van het volgende zwakke argument: *U heeft meer geclaimd dan rechtvaardig, omdat de nieuwwaarde van de laptop aanzienlijk lager is dan opgegeven.* De condities zien er als volgt uit:

- Met hedge en zonder warrant

*Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat in onze opinie er meer geclaimd is dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.*

Deze conditie is aangeleverd. Het zinnetje 'in onze opinie' is de hedge. Voor de hedge is een connectief geplaatst 'De reden is'. Deze heeft volgens eerder onderzoek geen effect op de waardering. Daar wordt in dit onderzoek geen aandacht aan besteed.

- Met warrant en zonder hedge

*Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Er is meer geclaimd dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. **Zoals in de polisvoorwaarden staat vermeld (artikel 3.1) leidt het opgeven van een onjuiste waarde voor een vermist object tot claimafwijzing.** Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.*

De zin: "*Zoals in de polisvoorwaarden staat vermeld (artikel 3.1)...tot claimafwijzing*" is toegevoegd aan het argument. Dit is de warrant.

- Zonder warrant en zonder hedge

*Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Er is meer geclaimd dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.*

Er is niets toegevoegd aan het argument: *u heeft meer geclaimd dan rechtvaardig, omdat de nieuwwaarde van de laptop aanzienlijk lager is dan opgegeven..* Het argument is aanwezig in zijn kale vorm zonder extra informatie.

- Met *hedge* en met *warrant*

*Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u medelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat in onze opinie er meer geclaimd is dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Zoals in de polisvoorwaarden staat vermeld (artikel 3.1) leidt het opgeven van een onjuiste waarde voor een vermist object tot claimafwijzing. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.*

Zowel de *warrant* als de *hedge* zijn expliciet aanwezig in conditie 3. De verzekeringsbrieven zijn terug te vinden in Appendix A.

## 2.2 Proefpersonen

De conditie zonder de *warrant* en zonder de *hedge* is door 25 proefpersonen ingevuld, de conditie met de *hedge* en zonder de *warrant* door 35 proefpersonen, de conditie zonder de *hedge* en met de *warrant* door 35 proefpersonen en tot slot de conditie met de *hedge* en met de *warrant* ook door 35 proefpersonen. In totaal hebben 130 proefpersonen meegewerkt aan dit onderzoek (N=130). Er is gebruik gemaakt van een *stratified random sampling*. Dat wil zeggen dat de steekproef verschillende heterogene kenmerken vertegenwoordigt. Binnen deze steekproef waren 33 procent van de proefpersonen man (N=43) en 62 procent vrouw (N=62). Bij 19 procent van de proefpersonen is het geslacht onbekend (conditie neutraal). De leeftijd van de respondenten varieerde tussen de 14 en 70 jaar (M = 36; SD = 14,99). De verdeling van proefpersonen met opleidingsniveau staat vermeld in tabel 1. Er is onderscheid gemaakt tussen laag en hoog opgeleid. Dit onderzoek definieert VWO, HBO en WO als hoogopgeleid. De overige opleidingen vallen onder laagopgeleide proefpersonen.

Tabel 1: Hoogst afgeronde opleiding

Opleidingsniveau	Aantal personen (%)
Lager onderwijs	1 (0,8%)
VMBO	1 (0,8%)
HAVO	3 (2,3%)
VWO	18 (13,8%)
MBO	23 (17,7%)
HBO	32 (24,6%)
WO	25 (19,2%)
Anders, namelijk	2 (1,5%)
Onbekend	25 (19,2%)

Dit onderzoek heeft een *randomisatiecheck* uitgevoerd om te kijken of leeftijden, geslacht en opleidingsniveau gelijk verdeeld zijn over de condities. De randomisatiecheck liet zien dat de proefpersonen eerlijk over de condities verdeeld waren, over geslacht ( $\chi^2 (2)=0,55, p=0,76$ ), leeftijd ( $\chi^2 (2)=3,98, p=0,14$ ), opleiding ( $\chi^2 (2)=1,39, p=0,50$ ).

### 2.3 Instrumentatie

De vragenlijst bestaat uit verschillende delen:

- *Thought listing*
- Rapportcijfer
- Stellingen
- Inhoudsvragen
- Ja en nee vragen

Aan het begin van de vragenlijst werden de proefpersonen gevraagd gedachtes die zij hadden bij het lezen van de brief op te schrijven. Deze methode wordt *thought listing* genoemd. De *thought list* bestaat uit vijf boxen waarbij de proefpersoon zijn of haar gedachtes kan neerzetten. Door middel van de *thought list* kan worden bekeken of lezers centraal dan wel perifeer verwerken. Het aantal gedachtes is een aanwijzing voor de verwerking, maar ook om welke gedachtes het gaat is een belangrijk criterium om naar te kijken. Daarom zijn alle gedachtes ingedeeld in categorieën, namelijk argument positief/negatief, tekst positief/negatief, schrijver positief/negatief en inhoud positief/negatief. Een voorbeeld van een gedachte die gaat over de categorie *argument negatief* is: *'Hoe komt de verzekeringsmaatschappij aan dat belachelijke bedrag van 678,30 euro?'* Dit is een voorbeeld van een proefpersoon die het argument van de verzekering in twijfel trekt. Onder de categorie *tekst positief* hoort een

opmerking die gaat over bijvoorbeeld de lay-out van de verzekeringsbrief *'brief ziet er netjes uit'*. Bij schrijver positief/ negatief gaat het over opmerkingen over verzekeringen zoals de opmerking *'waarom zou ik mij nog laten verzekeren, ze keren toch nooit uit'*. Dit is een duidelijke opmerking die gaat over de schrijver, de verzekering. Tot slot nog een voorbeeld van de laatste categorie. Alle opmerkingen die gaan over de inhoud worden in deze categorie geplaatst bijvoorbeeld, *'dat is jammer'*.

Na het invullen van de thought list werd de proefpersoon gevraagd een rapportcijfer te geven van 1 t/m 10 voor de verzekeringsbrief gevolgd door 35 stellingen die gaan over de waardering van de verzekeringsbrief. Er zijn vier stellingen aan de originele vragenlijst (Jansen en Janssen, aangeboden) toegevoegd over het concept NFC. Deze vragen komen uit het onderzoek van Petty en Cacioppo (1982) en uit het onderzoek van Pieters et al (1987). Aan de hand van deze vragen wordt de betrokkenheid van de lezer achterhaald. Geprobeerd wordt te bepalen of een lezer centraal of perifeer verwerkt. Voor het bepalen van de route die de lezer neemt zijn naast de thought list en de NFC schaalvragen, ook negen open inhoudsvragen opgesteld die de lezer vragen inhoud uit de brief terug te halen

Alle stellingen konden beantwoord worden door een keuze te maken uit de zevenpunts Likerschaal. De schaal bestaat uit stellingen van *geheel mee oneens* tot *geheel mee eens*. De vragenlijst bestaat ook nog uit drie demografische vragen, waarin geslacht, leeftijd en opleidingsniveau worden bevraagd. Ook wordt er gevraagd of de proefpersoon al eerdere ervaringen heeft gehad met claimafwijzingen. Daarmee kan er gekeken worden naar het verschil tussen de proefpersonen met ervaring over claimafwijzingen en zonder ervaring over claimafwijzingen. De volledige vragenlijst is terug te vinden in Appendix B.

## **2.4 Afhankelijke variabelen**

De vragenlijst bestaat uit een aantal afhankelijke variabelen. Er zijn drie afhankelijke variabelen die de verwerking van de verzekeringsbrief meten. Een daarvan is NFC. Er is gekeken of deze vragen onderling betrouwbaar zijn door middel van de cronbach's alpha. Daarbij zijn vraag 40, 41, en 42 omgepoold. Op de zevenpunts Likerschaal betekent helemaal rechts bij deze vragen dat er een hoge betrokkenheid is. De cronbach's alpha geeft aan dat deze vragen betrouwbaar zijn wanneer er geen rekening gehouden wordt met vraag 1. Er is samenhang gevonden tussen de vragen 40, 41 en 42 ( $\alpha=0,67$ ). Van de drie vragen is het cluster NFC gevormd. Daarnaast is de tijd die de proefpersonen nodig hadden voor het lezen van de brief van belang als het gaat om een centrale of perifere verwerking. Deze tijd is tijdens het lezen van de tekst bijgehouden. De tijd is gedichotomiseerd in langdurige en kortdurige lezers. Hetzelfde is gebeurd met het totaal aan goede inhoudsvragen en het totaal aantal gedachtes. Er wordt onder andere naar de volgende variabelen gekeken in dit onderzoek:

- Need for cognition (vraag 39,40,41,42)
- Tijd, langdurig en korte lezers
- Inhoud, veel en weinig goede antwoorden
- Thoughts, veel en weinig gedachtes over de verzekeringsbrief

Deze variabelen hebben mogelijk allemaal betrekking op de verwerking van de verzekeringsbrief. In het hoofdstuk resultaten wordt gekeken naar de correlaties tussen deze afhankelijke variabelen.

De stellingen 4 t/m38 zijn geanalyseerd op onderlinge samenhang door middel van een varimax analyse. Een hoge score betekent een positief oordeel over de stelling. Daarom zijn vragen, 7,9,1,12,15,16,17,19,25,27,28,29,33,34,35 omgepoold. Door middel van een varimax rotatie zijn van de vragen clusters gevormd. Deze clusters zijn ook nog getoetst op betrouwbaarheid door middel van de cronbach's alpha. De clusters en betrouwbaarheid zijn af te lezen in tabel 2. Daarin staan de clusters, de bijhorende vragen en de betrouwbaarheid van de clusters.

*Tabel 2: Clusters en betrouwbaarheid*

<b>Clusters</b>	<b>Vragen</b>	<b>Betrouwbaarheid (<math>\alpha</math>)</b>
<b>Imago</b>	4,18,20,22,24,26,31,32	0,88
<b>Overtuiging</b>	15,16,29,33,34,35	0,81
<b>Schrijfstijl</b>	12, 27, 28,38	0,80
<b>Betrokkenheid</b>	7, 9,11, 25	0,75

## **2.5 Onderzoeksontwerp**

Bij dit onderzoek is er sprake van een tussen-proefpersonen ontwerp. De proefpersonen hebben een allereerst een brief gelezen en daarna een vragenlijst ingevuld.

## **2.6 Procedure**

Dit onderzoek had te maken met de volgende procedure. Allereerst is er aan vijf personen de vragenlijst voorgelegd als pre-test om eventuele problemen die bij de vragenlijst aan het licht kwamen te verbeteren. De proefpersonen die meededen aan de pre-test deden ongeveer tien minuten over het onderzoek. Verder zijn er geen tekortkomingen geconstateerd. De volgende stap was het individueel afnemen van de vragenlijst. Daarbij is geprobeerd de methode stratified random sampling te volgen. Er is geprobeerd om de steekproef te voorzien van verschillende demografische condities, zoals opleidingsniveau, geslacht en leeftijd. De helft van de vragenlijsten is door de onderzoeker van dit onderzoek afgenomen. De andere helft is door een andere onderzoeker afgenomen. Uit de randomisatiecheck blijkt dat elk demografisch



kenmerk over de condities verdeeld is. Voordat de proefpersonen konden beginnen met het lezen van de brief en het beantwoorden van de vragen werd hun een scenario voorgeschoteld (Appendix B). Na het lezen van het scenario begonnen de proefpersonen met het lezen van de verzekeringsbrief. De tijd van het lezen werd in de meeste gevallen opgenomen. Soms waren er omstandigheden waarbij dit niet mogelijk was. Daarom zijn niet bij alle proefpersonen leestijden vermeld. Het onderzoek werd in verschillende omstandigheden afgenomen. Zo zijn er vrienden, familie en bekenden voor dit onderzoek benaderd. Ook zijn er proefpersonen benaderd bij restaurants, in winkels en aan de deur. Proefpersonen waren ongeveer tien minuten bezig met het onderzoek.

## **2.7 Statistische verwerking**

De resultaten van dit onderzoek zijn verwerkt met behulp van het statistische programma SPSS 20. De stellingen met zevenpunts Likerschaal kregen daarbij een score van 1 t/m 7, waarbij 1 staat voor een lage en 7 voor een hoge beoordeling. De inhoudsvragen zijn beoordeeld met een score van 1 bij een goed antwoord en een score 0 bij een fout antwoorden. De gedachtes zijn ingedeeld in categorieën en het aantal gedachtes per proefpersoon zijn bij elkaar opgeteld. De 'ja' en 'nee' vragen zijn verwerkt door het cijfer 1 toe te kennen aan 'nee' en het cijfer 2 voor 'ja'. De thoughts, inhoudsvragen en de demografische vragen zijn allen gedichotomiseerd. De volgende toetsen worden in het hoofdstuk resultaten gebruikt:

- Multivariate Anova
- Pearson R Correlaties
- Multivariate regressie analyse

## **3. Resultaten**

In het vorige hoofdstuk is gekeken naar de methode van het onderzoek. De resultaten die van belang zijn omtrent de hypotheses van dit onderzoek worden in dit hoofdstuk beschreven. Verwacht wordt dat het toevoegen van een warrant een positief effect heeft op de beoordeling van lezers. Ook wordt er verwacht dat het gebruiken van een negatieve beleefdheidsstrategie (hedge) een positieve invloed heeft op de waardering van de lezers. De combinatie van een hedge en een warrant leidt volgens de verwachtingen ook tot een hogere waardering van de lezer. Dit verschil komt alleen tot uiting bij mensen die de brief centraal verwerkt hebben. Er wordt in dit hoofdstuk verder gekeken naar de effecten van de warrant en de hedge over de constructen (clusters, afhankelijke variabelen) die in de vragenlijst gemeten zijn.

### 3.1 Het effect van de toevoeging van de warrant

Uit de Hostelling's Trace blijkt het toevoegen van de hedge significant ( $F(1,126)=33,86$ ,  $p<0,001$ ,  $\eta^2=0,52$ ). Ook zorgt de aanwezigheid van de warrant voor een significante waardering ( $F(1,126)=36,03$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,54$ ). Het toevoegen van de warrant heeft geen invloed voor de waardering van het imago ( $F(1,126)=0,29$ ; ns). Er is geen significant effect gevonden van de toevoeging van de warrant voor de waardering van overtuiging ( $F(1,126)=3,57$ ; ns). Er is een positief effect gevonden voor de aanwezigheid van de warrant op de schrijfstijl van de verzekeringsbrief ( $F(1,126)=73,19$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,41$ ). De verzekeringsbrief werd beter gewaardeerd bij de aanwezigheid van de warrant. Er is geen invloed van de warrant op de waardering van betrokkenheid ( $F(1,126)=0,51$ ; ns). De gemiddelde waarderingen zijn af te lezen in tabel 3.

*Tabel 3: De invloed van toevoeging van de warrant op de constructen van lezerswaardering in gemiddelden(sd) (1 = laag, 7 = hoog)*

<b>Constructen</b>	<b>Met warrant (sd)</b>	<b>Zonder warrant (sd)</b>
<b>Imago</b>	2,87 (1,14)	2,92 (1,00)
<b>Overtuiging</b>	3,24 (1,22)	3,52 (1,17)
<b>Schrijfstijl</b>	5,20 (0,94)*	3,89 (1,55)*
<b>Betrokkenheid</b>	3,73 (1,40)	3,59 (1,80)

\*significant

### 3.2 Het effect van de toevoeging van de hedge

Het toevoegen van de hedge heeft geen invloed op de waardering van het imago ( $F(1,126)=2,503$ ; ns). Het toevoegen van de hedge heeft een positieve invloed op de overtuiging ( $F(1,126)=12,21$ ;  $p<0,05$ ;  $\eta^2=0,09$ ). Dit betekent dat de aanwezigheid van de hedge leidt tot een hogere waardering van overtuiging. Het toevoegen van de hedge heeft een negatieve invloed op de waardering van de schrijfstijl ( $F(1,126)=59,46$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,32$ ). Dit betekent dat de aanwezigheid van de hedge leidt tot een lagere waardering van schrijfstijl. Het toevoegen van de hedge heeft geen invloed op de waardering van betrokkenheid ( $F(1,126)=0,51$ ; ns). De gemiddelde waarderingen zijn af te lezen in tabel 4.

Tabel 4: De invloed van de hedge op lezerswaardering in gemiddelden (sd) (1 = laag, 7 = hoog)

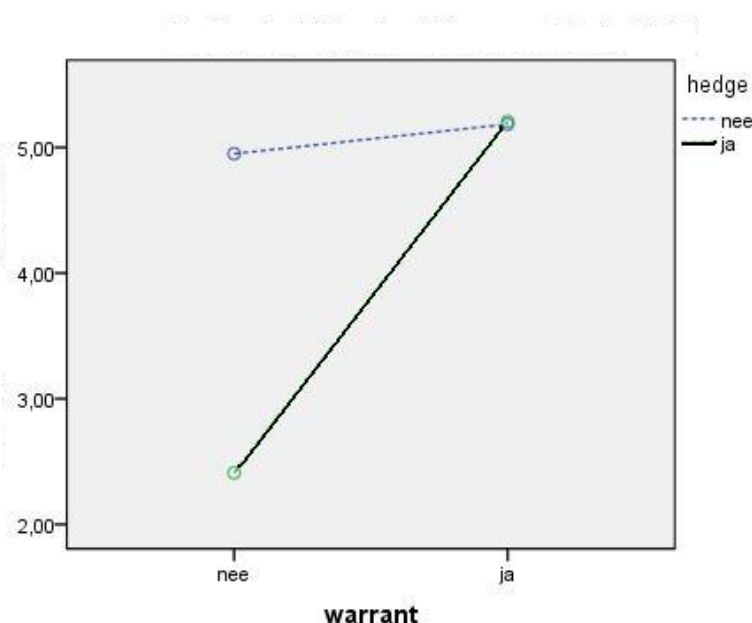
Constructen	Met hedge (sd)	Zonder hedge (sd)
Imago	3,04 (1,05)	2,77 (1,08)
Overtuiging	3,71 (1,19)*	3,07 (1,14)*
Schrijfstijl	4,04 (1,57)*	5,07 (1,06)*
Betrokkenheid	3,60 (1,08)	3,74 (1,47)

\*significant

### 3.3 Interactie-effecten warrant en hedge

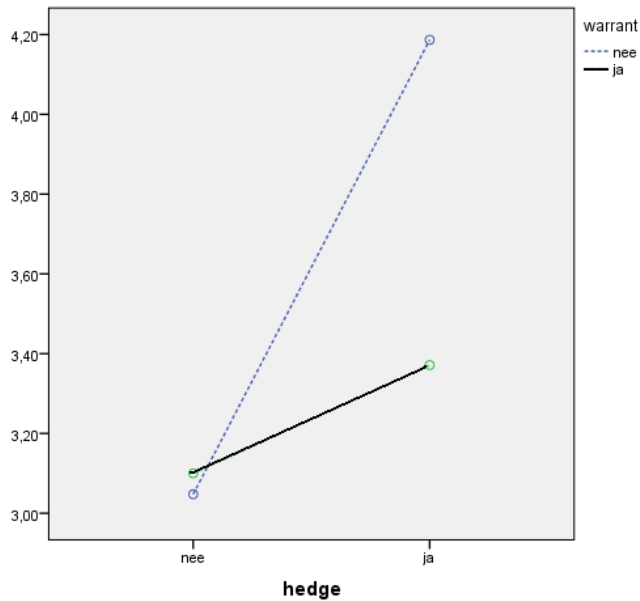
Uit de Hostelling's Trace blijkt dat er interactie is bij het toevoegen van de warrant en de hedge ( $F(1,126)=28,49; p<0,001; \eta^2=0,48$ ). Uit de resultaten (tabel 5) blijkt dat er twee interactie effecten gevonden zijn, namelijk bij de constructen overtuiging en schrijfstijl. Er is een interactie-effect als het gaat om de waardering van de schrijfstijl bij het toevoegen van een warrant en/of hedge ( $F(1,126)=61,01; p<0,001; \eta^2=0,33$ ). Het plaatsen van de hedge zonder warrant leidt tot de laagste gemiddelde waardering van schrijfstijl. De hedge wordt wel hoog gewaardeerd wanneer de warrant aanwezig is. Ook wanneer er alleen een warrant aanwezig is wordt de schrijfstijl hoog gewaardeerd. De hedge zonder de warrant wordt niet begrepen door de lezer. Dit verklaart het interactie-effect. Een hedge heeft een warrant nodig wanneer het wil leiden tot een hogere waardering. De hedge alleen leidt tot een lage waardering van de verzekeringsbrief. Figuur 1 laat het interactie-effect van de warrant en de hedge zien bij de waardering van schrijfstijl.

Figuur 1: Interactie-effect bij de hedge en de warrant en de waardering schrijfstijl



Ook is er een interactie effect gevonden bij de hedge en de warrant op de waardering van overtuiging ( $F(1,126)=4,62$ ;  $p<0,05$ ;  $\eta^2=0,04$ ). De aanwezigheid van alleen de warrant heeft weinig invloed op de waardering van overtuiging. De aanwezigheid van de hedge zonder de warrant heeft veel invloed op de waardering. Figuur 2 laat het interactie-effect zien van de warrant en de hedge op de waardering van overtuiging.

*Figuur 2: Interactie-effect bij de hedge en de warrant en de waardering overtuiging*



Er zijn geen interactie-effecten gevonden bij de constructen imago ( $F(1,26)=1,99$ ; ns) en betrokkenheid ( $F(1,126)=0,37$ ; ns). De resultaten met gemiddelden zijn te vinden in tabel 5.

*Tabel 5: De invloed van de hedge en/of warrant op de lezerswaardering in gemiddelden (sd) (1 = laag, 7 = hoog)*

<b>Constructen</b>	<b>Met warrant</b>		<b>Zonder warrant</b>	
	<b>Zonder hedge</b>	<b>Met hedge</b>	<b>Zonder hedge</b>	<b>Met hedge</b>
<b>Imago</b>	2,85 (1,23)	2,88 (1,07)	2,68 (0,92)	3,25 (1,00)
<b>Overtuiging</b>	3,10 (1,29)	3,37 (1,14)	3,05 (0,99)	4,19 (1,11)
<b>Schrijfstijl</b>	5,19 (1,06)*	5,21 (0,81)*	4,95 (1,05)*	2,41 (0,62)*
<b>Betrokkenheid</b>	3,76 (1,61)*	3,73 (1,18)*	3,71 (1,34)*	3,41 (0,92)*

\* significant

### 3.4 Correlaties

Binnen dit onderzoek is gezocht naar centrale en perifere lezers. Uit de resultaten blijkt dat er verschillen zijn gevonden tussen de verschillende condities. Dit betekent dat dit onderzoek aanneemt dat er centraal is verwerkt.

De vragen die zijn opgesteld binnen dit onderzoek kunnen ook toetsen op welke manier er gelezen is door de proefpersonen. Er wordt dan gekeken naar het aantal gedachtes, het aantal goede antwoorden op de inhoudsvragen, de tijd en de NFC schaalvragen. Er is onderzocht of deze vragen met elkaar correleren. Verwacht wordt dat wanneer iemand veel tijd besteedt aan de tekst, hij of zij ook veel goede antwoorden geeft, over een hoge NFC beschikt en het aantal gedachtes over de tekst hoog is. Er blijkt geen samenhang te zijn tussen het aantal gedachtes en NFC ( $r=0,08$ ; ns). Ook blijkt er geen samenhang te zijn tussen het aantal gedachtes en het aantal goede antwoorden op de inhoudsvragen ( $r=0,07$ ; ns). Er blijkt een positieve samenhang te zijn tussen het aantal gedachtes en de tijd ( $r=0,24$ ;  $p<0,05$ ). Dit betekent dat proefpersonen met veel gedachtes ook veel tijd hebben besteed aan het lezen van de verzekeringsbrief. Daarbij moet vermeld worden dat het verband zeer zwak is. Er blijkt geen samenhang te zijn tussen NFC en de tijd ( $r=0,02$ ; ns). Ook is er geen samenhang tussen NFC en het aantal goede antwoorden op de inhoudsvragen ( $r=0,13$ ; ns). Er blijkt een positieve samenhang te zijn tussen tijd en het aantal goede antwoorden op de inhoudsvragen ( $r=0,34$ ;  $p<0,05$ ). Dit betekent dat proefpersonen die veel tijd besteden aan het lezen van de tekst ook veel antwoorden goed hadden. Daarbij moet vermeld worden dat het verband zeer zwak is. Er blijkt geen samenhang te zijn tussen NFC en het aantal goede antwoorden op de inhoudsvragen.

Het is nu bekend dat er weinig samenhang bestaat tussen de verwerkingsvragen. Alleen de tijd en het aantal goede antwoorden hebben een zeer zwak verband met elkaar. Ook blijkt het aantal gedachtes en de tijd een zeer zwak verband hebben met elkaar. De correlaties zijn laag en daarom wordt er nog gekeken naar het aantal positieve en het aantal negatieve gedachtes met de aanwezigheid van een warrant/hedge. Ook wordt gekeken naar het effect van NFC op de waardering van de constructen.

### 3.5 Thought listing

Er is gekeken naar de invloed van de hedge en de warrant op de waardering van verschillende constructen. Nu bekend is wat deze invloed is, is het goed om te kijken of de verwerking van mensen volgens de theorie van Petty en Cacioppo (1984) invloed heeft op de beoordeling van de brief. Daarom is er door middel van de chikwadraat-test gekeken naar het verschil tussen het aantal positieve en het aantal negatieve gedachtes bij de aanwezig van de warrant en de hedge. Er blijkt geen significant verschil te zijn tussen het aantal positieve gedachtes en de aanwezigheid van de hedge ( $\chi^2 (1)=0,50$ , ns). Er blijkt geen significant verschil te zijn als het

gaat om het aantal negatieve gedachtes en de aanwezigheid van de hedge ( $\chi^2(1)=1,10$ , ns). Ook blijkt er geen significant verschil te zijn bij het aantal positieve gedachtes en de aanwezigheid van de warrant ( $\chi^2(1)=2,00$ , ns). De aanwezigheid van de warrant heeft ook geen invloed als het gaat om het aantal negatieve gedachtes ( $\chi^2(1)=0,70$ , ns).

### **3.6 Need for cognition**

De aanwezigheid van de warrant of de hedge is niet bepalend voor het aantal gedachtes. Nu wordt er gerapporteerd wat de invloed van NFC op de waardering van de verzekeringsbrief is met daarbij de aanwezigheid van de warrant of de hedge. NFC wordt daarbij gezien als moderator. Deze analyse toetst de hypothese dat mensen met een hoge NFC de verzekeringsbrief anders waarderen in relatie met de warrant/ hedge.

Er is een multiple regressieanalyse uitgevoerd om de invloed van NFC en de warrant op de waardering van imago, schrijfstijl, overtuiging en betrokkenheid te bekijken. Uit de resultaten blijkt dat er geen interactie-effecten gevonden zijn bij de waardering van het imago ( $F(3,103)=5,30$ ;ns), overtuiging ( $F(3,103)=2,38$ ;ns), schrijfstijl ( $F(3,103)=0,96$ ;ns) en betrokkenheid ( $F(3,103)=4,54$ ;ns).

Er is een multiple regressieanalyse uitgevoerd om de invloed van NFC en de hedge op de waardering van imago, schrijfstijl, overtuiging en betrokkenheid te bekijken. Uit de resultaten blijkt dat er geen interactie-effecten gevonden zijn bij de waardering van imago ( $F(3,103)=5,56$ ;ns), overtuiging ( $F(3,103)=2,72$ ;ns), schrijfstijl ( $F(3,103)=0,48$ ;ns) en betrokkenheid ( $F(3,103)=4,83$ ; ns).

### **3.7 Demografische factoren**

Er is geen hypothese opgesteld over demografische persoonskenmerken. Wel wordt er binnen dit onderzoek gekeken naar de invloed van geslacht, opleiding en leeftijd op de waardering bij de aanwezigheid van de hedge of de warrant.

Er is een interactie-effect gevonden als het gaat om de waardering van betrokkenheid tussen mannen en vrouwen en de warrant ( $F(1,101)=5,22$ ;  $p<0,05$ ;  $\eta^2=0,05$ ). Mannen waarderen een verzekeringsbrief beter met de aanwezigheid van de warrant. Vrouwen waarderen een verzekeringsbrief slechter met de aanwezigheid van de warrant. Dit verklaart het interactie-effect. Er zijn geen interactie-effecten gevonden bij de aanwezigheid van de hedge en het geslacht op de waardering de verzekeringsbrief. De gemiddelde waardering per construct staat weergegeven in tabel 6.

Tabel 6: De invloed van de warrant en geslacht op de lezerswaardering in gemiddelden (sd) (1 = laag, 7 = hoog)

Constructen	<u>Met warrant</u>		<u>Zonder warrant</u>	
	<u>Man</u>	<u>Vrouw</u>	<u>Man</u>	<u>Vrouw</u>
<b>Imago</b>	3,27 (1,30)	2,57 (0,92)	2,63 (0,70)	2,71 (1,05)
<b>Overtuiging</b>	3,66 (1,37)	2,92 (0,99)	3,06 (0,88)	3,04 (1,06)
<b>Schrijfstijl</b>	5,27 (1,01)	5,14 (0,89)	4,90 (1,00)	4,97 (1,11)
<b>Betrokkenheid</b>	4,18 (1,39)*	3,42 (1,33)*	3,37 (1,41)*	3,91 (1,28)*

\*significant

Er zijn geen significante interactie-effecten gevonden bij de leeftijd (jong en oude lezers) en de waardering van de verzekeringsbrief met de hedge of de warrant. Ook zijn er geen interactie-effecten gevonden als het gaat om opleidingsniveau en de aanwezigheid van de warrant op de gemiddelde waardering van een verzekeringsbrief. Er zijn wel interactie-effecten gevonden bij opleidingsniveau en de aanwezigheid van de hedge op de gemiddelde waardering van, imago ( $F(1,100)=9,76;p<0,05;\eta^2=0,09$ ), overtuiging ( $F(1,100)=9,34;p<0,05;\eta^2=0,09$ ) en betrokkenheid ( $F(1,100)=9,38;p<0,05;\eta^2=0,09$ ). De waardering van schrijfstijl bij de aanwezigheid van de hedge in combinatie met opleidingsniveau is niet significant ( $F(1,100)=2,11;ns$ ). De interactie-effecten kunnen als volgt geïnterpreteerd worden. Laag opgeleiden waarderen een verzekeringsbrief beter met de aanwezigheid van de hedge. Hoog opgeleiden waarderen een verzekeringsbrief slechter met de aanwezigheid van de hedge. De resultaten zijn te vinden in tabel 7.

Tabel 7: De invloed van de hedge en opleidingsniveau (laag/hoog) op de lezerswaardering in gemiddelden (sd) (1 = laag, 7 = hoog)

Constructen	Met Hedge		Zonder Hedge	
	Laag	Hoog	Laag	Hoog
<b>Imago</b>	3,18 (0,83)*	2,60 (1,21)*	2,42 (0,90)*	3,17 (1,16)*
<b>Overtuiging</b>	3,74 (0,85)*	3,03 (1,28)*	2,76 (1,07)*	3,45 (1,15)*
<b>Schrijfstijl</b>	5,15 (0,72)	5,26 (0,90)	4,76 (1,04)	5,45 (0,96)
<b>Betrokkenheid</b>	4,01 (1,02)*	3,46 (1,28)*	3,20 (1,40)*	4,30 (1,33)*

\*significant

#### 4. Conclusie

De bevindingen van dit onderzoek geven inzicht in hoeverre de warrant en de hedge bij een zwak argument invloed hebben op de waardering van een verzekeringsbrief. Er zijn verschillende resultaten gevonden. Verwacht werd dat het toevoegen van een warrant een positieve invloed heeft op de waardering van een verzekeringsbrief. Deze waardering is gemeten door te kijken naar het imago, de overtuiging, de schrijfstijl en de betrokkenheid van de verzekeringsbrief. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat er alleen een positieve invloed van de warrant is gevonden op de waardering van de schrijfstijl. Een warrant heeft geen invloed op de waardering van het imago, de overtuiging en de betrokkenheid. Daarbij wordt hypothese 1 deels aangenomen en deels verworpen, aangezien een warrant niet bij alle constructen effect heeft.

Ook werd er verwacht dat de hedge een positieve invloed heeft op de waardering van een verzekeringsbrief. Brown en Levinson (1987) en Houtkoop en Koole (2000) hebben geconcludeerd dat een hedge de negatieve lading van een boodschap verzwakt. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat het toevoegen van de hedge een positieve invloed heeft op de waardering van de overtuiging van de verzekeringsbrief en een negatieve invloed heeft op de waardering van de schrijfstijl van de verzekeringsbrief. Er is geen effect gevonden van de waardering van het imago en de betrokkenheid. Naar aanleiding van de resultaten wordt hypothese 2 daarbij deels aangenomen en deels verworpen.

Ook is er gekeken naar de interactie-effecten van de hedge en de warrant. Beide onafhankelijke variabelen hebben mogelijk ook effect op elkaar. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat er twee interactie-effecten gevonden zijn, namelijk bij de waardering van overtuiging en schrijfstijl van de verzekeringsbrief. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat de brief het meest overtuigend overkomt wanneer er geen warrant, maar wel een hedge



aanwezig is. Bij de aanwezigheid van alleen de warrant is de waardering hoger dan bij de afwezigheid van de warrant. De toevoeging van de hedge en de warrant leidt tot een hogere waardering van de verzekeringsbrief dan de afwezigheid van de warrant en de hedge, maar de aanwezigheid van een hedge zonder een warrant wordt het best gewaardeerd. Ook blijkt uit de resultaten van dit onderzoek dat het toevoegen van de hedge en de warrant het beste gewaardeerd wordt bij de waardering van schrijfstijl. Daarbij is het belangrijk gebruik te maken van de warrant. Gebleken is namelijk dat wanneer er enkel een hedge aanwezig is, dit het laagst gewaardeerd wordt. Wanneer daar de warrant aan toegevoegd wordt, leidt dit tot de hoogste waardering. Lezers begrijpen de hedge zonder de aanwezigheid van de warrant niet. Uit de resultaten blijkt dat een warrant alleen ook hoog wordt gewaardeerd. Daarmee wordt hypothese 3 deels aangenomen en deels verworpen.

De laatste hypothese die werd getoetst op basis van eerder onderzoek (Petty & Cacioppo, 1982; Pieters et al, 1987) had betrekking op NFC. Verwacht werd dat NFC van invloed is op de waardering van de verzekeringsbrief met daarbij de aanwezigheid van de hedge of de warrant. Uit de resultaten blijkt dat NFC geen invloed heeft op de waardering van de constructen imago, overtuiging, schrijfstijl en betrokkenheid bij de warrant en bij de hedge. Hypothese 4 wordt daarom volledig verworpen.

Tot slot zijn de effecten van demografische factoren onderzocht. Bij de aanwezigheid van de warrant speelt alleen geslacht een rol als het gaat om de waardering van de betrokkenheid van de organisatie. Mannen waarderen een verzekeringsbrief beter met de aanwezigheid van de warrant. Vrouwen waarderen een verzekeringsbrief slechter met de aanwezigheid van de warrant. Bij de aanwezigheid van de hedge is alleen opleidingsniveau van invloed op de waardering van de constructen imago, overtuiging en betrokkenheid. Laag opgeleiden waarderen een verzekeringsbrief beter met de aanwezigheid van de hedge. Hoog opgeleiden waarderen een verzekeringsbrief slechter met de aanwezigheid van de hedge.

## **5. Discussie**

Zoals uit de conclusie blijkt zijn er wisselende resultaten gevonden omtrent de aanwezigheid van de warrant en de hedge. Een opvallend gegeven is het verschil in waardering bij de demografische kenmerken geslacht en opleidingsniveau. Mogelijk wordt dit verschil verklaard door een kritische houding van vrouwen ten opzichte van een warrant. Wel moet opgemerkt worden dat dit alleen geldt bij de waardering van de betrokkenheid van de organisatie. Het toevoegen van de warrant 'Zoals in de polisvoorwaarden staat...tot claimafwijzing' zorgt er bij vrouwen voor dat zij denken dat de organisatie minder betrokken is bij de klant. Mogelijk wekt dit zinnetje meer kanttekeningen op bij het zwakke argument. Het toevoegen van de warrant heeft bij vrouwen dus een negatief effect op de waardering van de betrokkenheid van de

verzekering. Laag en hoog opgeleiden reageren anders als het gaat om de aanwezigheid van de hedge. Mogelijk komt dat door het lage vertrouwen dat hoog opgeleiden hebben in verzekeraars. Er wordt niet vertrouwd op de opinie van de verzekeraar. Laag opgeleiden vatten dit zinnetje 'De reden is dat er in onze opinie...schade'. wel positief op. Hierbij wordt de theorie van Brown en Levinson (1987) ondersteund. Voor laag opgeleiden zorgt dit zinnetje er juist voor dat de verzekeraar meer overtuigend en meer betrokken overkomt. Het versterkt het imago van de verzekeraar. Hoog opgeleiden kijken hier overheen en zijn mogelijk sceptischer naar verzekeringsbrieven toe. Een kanttekening bij de bewering dat er verschil in waardering is tussen laag- en hoogopgeleiden, is het aantal proefpersonen dat zijn of haar opleidingsniveau heeft ingevuld. Dit onderzoek heeft gebruik gemaakt van één aangeleverde conditie (zonder de warrant, met de hedge). Daar zijn geen demografische kenmerken van bekend. Daarom is de uitkomst bij het verschil tussen hoog en laag opgeleiden gebaseerd op één conditie waarbij de hedge aanwezig was. Een andere kanttekening van dit onderzoek is de lengte van de vragenlijst. Een te lange vragenlijst kan ervoor zorgen dat proefpersonen de vragenlijst niet volledig serieus invullen. Een kortere vragenlijst zou voor meer betrouwbare resultaten kunnen zorgen.

Zoals uit de resultaten van dit onderzoek blijkt, zijn er geen effecten gevonden van NFC en hedge of warrant op de waardering van de verzekeringsbrief. Dit kan mogelijk worden verklaard, doordat lezers met een hoge NFC niet voor deze situatie geactiveerd werden om na te denken. Nadenken wordt per situatie veroorzaakt. Mogelijk dat de claimafwijzing niet heeft geleid tot een verschil in nadenken over de situatie. Daarnaast heeft dit onderzoek maar vier vragen toegevoegd over NFC. Deze vragen zijn aan het einde van het onderzoek geplaatst. Mogelijk zijn mensen minder scherp bij het invullen bij de laatste schaalvragen. Dit kan de betrouwbaarheid van de antwoorden beïnvloeden. Ook zijn er geen NFC vragen gesteld bij de conditie met de hedge en zonder de warrant aangezien deze conditie door eerder onderzoek is aangeleverd.

## **6. Implicaties voor verder onderzoek**

De schaalvragen rondom NFC moeten in vervolg onderzoek uitgebreid worden. Er zijn in dit onderzoek vier vragen over NFC gesteld. Mogelijk geeft een uitgebreidere schaal andere resultaten. Daarmee kan specifieker ingegaan worden op NFC als eigenschap van een lezer en kan het effect op de waardering van een verzekeringsbrief bepaald worden.

Verder wordt aanbevolen om specifieker onderzoek te doen naar of de hedge, of de warrant. Er zijn verschillende vormen van hedges en warrants. Deze specifieke vormen zouden nog met elkaar vergeleken kunnen worden. Daarmee kan antwoord gegeven worden op de vraag wat voor soort hedge het meest effect heeft op de waardering van een verzekeringsbrief/verzekering. Hetzelfde geldt voor het effect op de waardering van

verzekeringsbrieven van verschillende vormen van warrants. Mogelijk geven andere vormen van warrants andere effecten. Ook zou er verder onderzoek gedaan kunnen worden naar het aantal hedges in een verzekeringsbrief.

## Literatuurlijst

- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallahan, K. (2008). Need for Cognition as Motivation to Process Publicity and Advertising. *Journal of Promotion Management, 14*, 169-194.
- Houtkoop, H., & Koole, T. (2000). *Taal in actie: hoe mensen communiceren in taal*. Bussum: Coutinho.
- Hustinx, L., Enschoot, van R. & Hoeken, H. (2006) Argumentkwaliteit en overtuigingskracht in het Elaboration Likelihood Model: Welke dimensies spelen een rol? *Tijdschrift voor Taalbeheersing, 28*, 1, 39-53
- Jansen, F., & Janssen, D. (2010). Effects of positive politeness strategies in business letters. *Journal of Pragmatics, 42*, 2531-2548.
- Jansen, F. & Janssen, D. (aangeboden). Effects of the quality and quantity of argumentation in bad news letters.
- Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of on-line reviews on consumer purchasing intention: the moderating role of involvement. *International Journal of electronic commerce, 11*(4), 125-148.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology, 42*(1), 116-131.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1984). The effects of involvement on responses on argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology, 46* (1) 69-81.
- Pieters, R. G. M., Verplanken, B., & Modde, J. M. (1987). Neiging tot Nadenken: samenhang met beredeneerd gedrag. *Nederlands tijdschrift van de psychologie, 42*, 62-70.
- Schellens, P. J. (2006). 'Bij vlagen loepzuiver': over argumentatie en stijl in betogende teksten. *Tijdschrift voor taalbeheersing, 28*, 4, 346-360.
- Schellens, P. J., & De Jong, M. (2000). Soorten argumenten in de voorlichting. *Tijdschrift voor taalbeheersing, 22*, 4, 288-308.
- Schellens, P.J. & M. de Jong (2004). Argumentation schemes in persuasive brochures. *Argumentation, 18*, 295-323
- Stoker, Y. (2011). 'Glasheder'. Ongepubliceerde masterscriptie. Universiteit Utrecht.
- Timmers, R., Sorm, E., Schellens, P. J., & Hoeken, H. (2008). De redelijkheid en overtuigingskracht van normatief sterke en normatief zwakke argumenten. *Tijdschrift voor taalbeheersing, 30*, 2, 117-132.
- Toulmin, S. E. (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Berg, M. (2011). "Argumentkwaliteit en explicietheid in een argumentatie". Ongepubliceerde masterscriptie. Universiteit Utrecht.
- Van Eemeren, F. H., & Grootendorst, R. (1978). Argumentatie en rationaliteit. *Spektator, 7*, 6, 277-306

Van Eemeren, F. H., Grootendorst, R. & Snoeck Henkemans, F. S., e.a. (1996). *Handboek Argumentatietheorie: Historische achtergronden en hedendaagse ontwikkelingen*. Groningen: Martinus Nijhoff uitgevers.

Websites:

Verzekeraar geeft niet thuis. 2011. Opgehaald 13 oktober, 2012, van [www.telegraaf.nl/overgeld/verzekeringen/10139278/\\_Verzekeraar\\_geeft\\_niet\\_thuis\\_.html](http://www.telegraaf.nl/overgeld/verzekeringen/10139278/_Verzekeraar_geeft_niet_thuis_.html)

## Apendix A



Reisverzekeringen NV

Fam. Pietersen  
Esdoornweg 23  
6030 AX Nederweert

### **Solar Reisverzekeringen NV**

**Postbus 16520, 2500 KB Den Haag**

Bolswartlaan 12, Den Haag  
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)  
www.solarreisverzekeringen.nl  
KvK Haaglanden 31084456

Behandeld door:  
B.H.C. van Kolk  
Tel 070-3443563

Uw kenmerk:  
Polisnummer  
05148404/GRG

Ons kenmerk:  
M/P/KSD/4SE

Den Haag  
20 augustus 2012

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat in onze opinie er meer geclaimd is dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk  
Directeur Solar Reisverzekeringen



Reisverzekeringen NV

Fam. Pietersen  
Esdoornweg 23  
6030 AX Nederweert

**Solar Reisverzekeringen NV**

**Postbus 16520, 2500 KB Den Haag**

Bolswartlaan 12, Den Haag  
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)  
www.solarreisverzekeringen.nl  
KvK Haaglanden 31084456

Behandeld door:  
B.H.C. van Kolk  
Tel 070-3443563

Uw kenmerk:  
Polisnummer  
05148404/GRG

Ons kenmerk:  
M/P/KSD/4SE

Den Haag  
20 augustus 2012

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Er is meer geclaimd dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk  
Directeur Solar Reisverzekeringen



Reisverzekeringen NV

Fam. Pietersen  
Esdoornweg 23  
6030 AX Nederweert

**Solar Reisverzekeringen NV**

**Postbus 16520, 2500 KB Den Haag**

Bolswartlaan 12, Den Haag  
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)  
www.solarreisverzekeringen.nl  
KvK Haaglanden 31084456

Behandeld door:  
B.H.C. van Kolk  
Tel 070-3443563

Uw kenmerk:  
Polisnummer  
05148404/GRG

Ons kenmerk: Den Haag  
M/P/KSD/4SE 20 augustus 2012

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Er is meer geclaimd dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Zoals in de polisvoorwaarden staat vermeld (artikel 3.1) leidt het opgeven van een onjuiste waarde voor een vermist object tot claimafwijzing. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk  
Directeur Solar Reisverzekeringen





Reisverzekeringen NV

Fam. Pietersen  
Esdoornweg 23  
6030 AX Nederweert

**Solar Reisverzekeringen NV**

**Postbus 16520, 2500 KB Den Haag**

Bolswartlaan 12, Den Haag  
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)  
[www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl)  
KvK Haaglanden 31084456

Behandeld door:  
B.H.C. van Kolk  
Tel 070-3443563

Uw kenmerk:  
Polisnummer  
05148404/GRG

Ons kenmerk: Den Haag  
M/P/KSD/4SE 20 augustus 2012

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat in onze opinie er meer geclaimd is dan de geleden schade, omdat uit onze informatie blijkt dat de nieuwwaarde van de betreffende laptop €678,30 is. Zoals in de polisvoorwaarden staat vermeld (artikel 3.1) leidt het opgeven van een onjuiste waarde voor een vermist object tot claimafwijzing. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op [www.solarreisverzekeringen.nl](http://www.solarreisverzekeringen.nl) of de folder *U bent het niet eens met een beslissing* bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk  
Directeur Solar Reisverzekeringen

## **Apendix B**

Utrecht, oktober 2012

Voor de Universiteit van Utrecht doe ik een onderzoek naar zakelijke brieven. Voor dit onderzoek wil ik uw medewerking vragen.

U leest straks een kort scenario. Vervolgens vraag ik u een zakelijke brief te lezen. Het scenario heeft u nodig om de achtergrond van de brief te begrijpen. Het is de bedoeling dat u zich voorstelt dat u de ontvanger van deze brief bent.

Over de brief krijgt u verschillende soorten vragen. Lees de brief grondig door en draai daarna de bladzijde om. U mag bij het beantwoorden van de vragen niet terugbladeren of vooruitkijken. Denk bij het antwoorden niet te lang na, maar kruis aan of schrijf op wat er spontaan bij u opkomt.

Uiteraard behandel ik uw antwoorden vertrouwelijk. Heeft u nog vragen? Aarzel niet om ze te stellen!

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.

### Scenario

In mei 2011 bent u op vakantie geweest naar Sri Lanka. Voordat u op vakantie ging, heeft u een reisverzekering afgesloten bij Solar Reisverzekeringen NV.

Tijdens de twee weken durende vakantie is uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop op 14 mei 2011, bij het zwembad, gestolen.

Let op: nu mag u niet meer terugbladeren naar de brief en ook niet vooruitkijken naar de rest van de vragen.

Tijdens of direct na het lezen van de brief had u vast gedachten over de brief. Kunt u hieronder die gedachten weergeven? Alle gedachten zijn relevant, zolang ze maar met het onderwerp te maken hebben. Schrijf in elke box één gedachte op. Probeer zoveel mogelijk boxen in te vullen.

T

L

U

T

U

1. Welk rapportcijfer geeft u de brief in het algemeen?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
2. Wat is het eerste woord dat in u opkomt na het lezen van de brief?	
3. Wat zou u anders doen bij het schrijven van de brief?	

Beoordeel nu de onderstaande stellingen. Denk niet te lang na over ieder antwoord, het gaat om uw eerste indruk. U kunt antwoord geven door één van de zeven hokjes aan te kruisen. Deze hokjes staan voor de volgende uitspraken:

1= helemaal mee oneens

2= mee oneens

3= een beetje mee oneens

4= noch mee oneens, noch mee eens

5= een beetje mee eens

6= mee eens

7= helemaal mee eens

4. De schrijver is behulpzaam	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
5. Solar is professioneel	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
6. De schrijver formuleert de afwijzing op een nette manier	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
7. De schrijver trekt zich niets van mij aan	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
8. De schrijver geeft voldoende argumenten	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
9. De schrijver stelt zich negatief op	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
10. Ik ben tevreden met de reactie van Solar	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
11. De schrijver heeft de juiste toon <u>niet</u> getroffen	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
12. De schrijver springt van de hak op de tak	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1    2    3    4    5    6    7
	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens

13. Solar is betrouwbaar	1 2 3 4 5 6 7
14. Ik leg mij neer bij deze beslissing	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
15. De toon van de brief is afstandelijk	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
16. Ik ga waarschijnlijk <u>niet</u> meer met Solar in zee	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
17. De schrijver is bot	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
18. De schrijver toont betrokkenheid	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
19. De argumenten zijn vergezocht	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
20. De schrijver is in mij geïnteresseerd	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
21. De beslissing om niet uit te keren is terecht	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
22. De schrijver komt vriendelijk over	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
23. Het slechte nieuws wordt weloverwogen gebracht	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
24. Solar is klantgericht	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
25. De schrijver komt onaardig op mij over	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
26. De schrijver leeft zich in in mijn situatie	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
27. De schrijver is arrogant	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
28. De schrijver geeft te veel argumenten	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
29. De schrijver stelt zich afstandelijk op tegenover mij	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens

	1 2 3 4 5 6 7
30. De argumenten die de schrijver geeft zijn overtuigend	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
31. De schrijver kan zich voorstellen hoe ik mij voel	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
32. Ik ben tevreden over Solar	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
33. De schrijver stelt zich negatief op tegenover mij	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
34. Ik voel me klem gezet door de reactie van Solar	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
35. De schrijver geeft te weinig argumenten	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
36. Aan het begin van de brief was het al duidelijk waar de schrijver heen wilde	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
37. De informatie in de brief staat in een logische volgorde	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
38. De brief is te lang	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7

Kruis hieronder aan in hoeverre je onderstaande stellingen van toepassing vindt op jezelf.

39. Iets langdurig en precies afgewogen geeft mij voldoening.	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
40. Ik doe liever iets waarbij weinig nagedacht hoeft te worden dan iets waarbij mijn denkvermogen zeker op de proef wordt gesteld.	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
41. Als ik een taak heb voltooid die veel mentale inspanning heeft gevergd ben ik meer opgelucht dan voldaan.	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7
42. Ik houd niet van situaties waarbij ik diep moet nadenken.	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7

43. Ik ben een:	<input type="checkbox"/> man <input type="checkbox"/> vrouw	
43. Mijn leeftijd is:	jaar	
44. De hoogste opleiding die ik heb afgerond is:	<input type="checkbox"/> Lager onderwijs <input type="checkbox"/> VMBO <input type="checkbox"/> HAVO <input type="checkbox"/> VWO	<input type="checkbox"/> MBO <input type="checkbox"/> HBO <input type="checkbox"/> WO <input type="checkbox"/> Anders, namelijk:
45. Heeft u wel eens een claim bij een verzekering ingediend?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee	
46. Deze brief kan zonder veranderingen naar klanten verzonden worden.	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee Indien nee: Waarom niet?	

1. Kruis aan hoeveel argumenten voor de beslissing er in de tekst genoemd worden?

2. Noem het eventuele argument of de argumenten kort, in de volgorde waarin ze in de brief voorkomen.

3. Wat is de naam van de persoon die de brief heeft ondertekend?

4. In welke plaats is Solar gevestigd?

5. In welk land is de laptop gestolen?

6. Wat is volgens de eigenaar de nieuwwaarde van de laptop?

7. Wat is het merk van de laptop?

8. In welke maand is de laptop gestolen?



9. Hoe heet de site waar de lezer terecht kan voor meer informatie?

Nogmaals hartelijk dank voor uw medewerking!

