

Belastingdienst, let op je woorden!

Een kwalitatief onderzoek naar de begrijpelijkheid
van digitale informatie van de Belastingdienst

In opdracht van de Belastingdienst
Centrum voor kennis en communicatie

Uitgevoerd door de Universiteit van Tilburg
Faculteit Geesteswetenschappen

prof. dr. J. Renkema
K.R. Leuvenink

Contact: K.R.Leuvenink@uvt.nl

Tilburg, juli 2011

1. Aanleiding.....	3
1.1 Communicatiedoelstellingen van de Belastingdienst	3
1.1.1 Stimuleren van digitale aangifte.....	3
1.1.2 Internet als communicatiemedium.....	4
1.2 Problemen met internet als communicatiemedium	4
2 Methode.....	5
2.1 Onderzoeksvragen.....	5
2.2 Onderzoeksopzet.....	5
2.3 Ontwerp.....	6
2.4 Materiaal	8
2.5 Verwerking van de gegevens	9
2.6 De respondenten	9
3 Resultaten	10
3.1 Algemeen	10
3.2 Structurering van website	10
3.3 Begrijpelijkheid van webteksten	12
3.4 Analyse van twee slecht beoordeelde teksten	15
3.5 Analyse van twee goed beoordeelde teksten	17
4 Conclusie.....	20
4.1 Structurering van website	20
4.2 Begrijpelijkheid van webteksten	20
5 Bereik van het onderzoek.....	21
5.1 De wens om een tekst te verbeteren.....	21
5.2 De contactbehoefte.....	22
6 Aanbevelingen.....	23
6.1 Algemeen	23
6.2 Structurering van website	23
6.3 Begrijpelijkheid van webteksten	23
Literatuurlijst	24
Bijlagen.....	25
A. Het CCC-model, aangepaste versie voor de respondenten.....	25
B. Het onderzoeksontwerp.....	26
C. Voorbeeld van een enquêteformulier.....	28
D. (nieuwbouw)Woning aanschaffen.....	30
E. Overlijden.....	33

1. Aanleiding

De Belastingdienst staat constant voor de uitdaging informatie begrijpelijk over te brengen op burgers. De website van de Belastingdienst speelt een belangrijke rol in het overbrengen van die informatie, maar burgers blijven met vragen zitten die ze niet beantwoord krijgen op de website. Ze vinden de informatie niet die ze nodig hebben om online en zelfstandig een antwoord te krijgen op hun vraag. Dat is jammer, want burgers geven aan bij voorkeur hun belastingzaken online te regelen. Volgens burgers is de website niet goed gestructureerd met als gevolg dat ze de benodigde informatie niet vinden. En als ze de informatie wel vinden, begrijpen ze deze niet voldoende. De vraag is wat er aan de website kan veranderen om de online informatievoorziening te verbeteren.

Het is een mooi moment om in kaart te brengen wat er moet veranderen, want dit jaar wordt de website van de Belastingdienst aangepast. De nieuwe website is onderdeel van de rijkshuisstijl die door de Rijksoverheid is opgesteld. In 2007 heeft de Rijksoverheid besloten dat alle overheidsinstanties die onder ministeriële verantwoordelijkheid vallen, online dezelfde stijl moeten hanteren. Voor de Belastingdienst houdt dit in dat de structuur van de website verandert en de teksten op de website worden herschreven. Maar waar moet de Belastingdienst rekening mee houden tijdens het herschrijven van de teksten? In dit rapport worden aanbevelingen gedaan over aanpassingen die de website kan ondergaan om de informatievoorziening te verbeteren.

Dit onderzoek brengt in kaart welke problemen de burgers precies hebben met het informatieaanbod op de website. Het onderzoek richt zich op de webteksten van de Belastingdienst over twee verschillende onderwerpen: 1. het aanschaffen van een (nieuwbouw)woning; 2. het overlijden van een partner. Ook de structuur van de website krijgt een plaats in het onderzoek, omdat men zich geen weg kan banen door de informatie op de website los van de structuur.

1.1 Communicatiedoelstellingen van de Belastingdienst

In het kader van de automatisering van de Belastingdienst moet de online informatievoorziening optimaal zijn. Eén van de communicatiedoelstellingen van de Belastingdienst is het terugdringen van papier. De Belastingdienst wil toewerken naar een 'one stop shop'-situatie waarin burgers zo veel mogelijk op één plek geholpen worden. Deze plek is voor de Belastingdienst online, de burger moet zo veel mogelijk zaken digitaal kunnen regelen. Een concreet voorbeeld hiervan is de start in 2011 met een proefversie van www.mijnbelastingdienst.nl: een portaal waarmee burgers in staat worden gesteld op een gemakkelijke manier gebruik te maken van alle overheidsdiensten (Belastingdienst, 2010).

Het geheel van (automatiserings)maatregelen zal de begrijpelijkheid en leesbaarheid van de communicatie-uitingen moeten verbeteren. Als gevolg hiervan zal de *compliance* van de burger moeten groeien, een doelstelling van de Belastingdienst. *Compliance* is volgens de Belastingdienst 'de (in beginsel aanwezig veronderstelde) bereidheid van belastingplichtigen en toeslaggerechtigden om hun wettelijke verplichtingen na te komen, te onderhouden en te versterken' (Belastingdienst, 2010). Of, in 'begrijpelijke burgertaal': *welwillendheid*.

1.1.1 Stimuleren van digitale aangifte

De Belastingdienst geeft de communicatiedoelstelling 'terugdringen van papier' vorm door burgers op allerlei manieren te stimuleren om hun aangifte inkomstenbelasting online in te vullen. Alleen 65+'ers die hun aangifte eerder nog op papier deden, krijgen in 2011 een papieren versie toegestuurd. Iedereen jonger dan 65 jaar krijgt per post een brief met daarin de aankondiging dat de aangifte online gedaan kan worden. In diezelfde brief staat nog de mededeling dat men eventueel een papieren formulier aan kan vragen om aangifte te doen.

De groep burgers die van deze mogelijkheid gebruikmaakt, heeft de volgende kenmerken:

- 25 procent beschikt niet over geschikte toegang tot computer of internet;
- 42 procent is boven de 60 jaar;
- 50 procent werkt niet meer;
- 50 procent is lager opgeleid (lager opgeleid is algemeen vormend onderwijs of lager).

(Tegeler & Jansen, 2008)

Uit onderzoek (CBS Statline, 2010) blijkt dat al deze groepen over het algemeen minder gebruikmaken van internetvoorzieningen dan andere burgers. Het is dus te verklaren dat groepen burgers gebruik blijven maken van het papieren aangifteformulier.

Het doen van aangifte in papieren vorm wordt echter niet gestimuleerd door de Belastingdienst. Het Tj-biljet (Teruggaaf jongeren) in papieren vorm is afgeschaft en ook ondernemers hebben niet meer de mogelijkheid om hun aangifte op papier te doen. Alleen via een aparte aanvraag kunnen ondernemers bij uitzondering hun aangifte op papier doen.

Het geheel van maatregelen heeft ertoe geleid dat het aantal aangiftes op papier de afgelopen jaren is gedaald. In 2004 werd nog 38 procent van de aangiftes op papier ingevuld (Tegeler & Jansen, 2008) in 2010 was dit nog maar 14 procent.

1.1.2 Internet als communicatiemedium

De Belastingdienst gebruikt het internet steeds vaker als medium om gegevens uit te wisselen. 62 procent van de contacten met burgers verloopt bij de Belastingdienst via het internet. En zoals reeds geschetst is, worden aangiftes voornamelijk digitaal gedaan. In het algemeen geldt dat burgers op het internet steeds vaker online inloggen met een gebruikersnaam en wachtwoord; in 2010 kende Nederland 8 miljoen DigiD-gebruikers. Een DigiD is een digitale identiteit waarmee men zich kan legitimeren op websites van de overheid. Een onderzoek naar het gebruik van het, nu nog fictieve, www.mijnbelastingdienst.nl laat zien dat meer dan de helft van de burgers bereid is gebruik te maken van zo'n soort voorziening. Een overgroot deel van de burgers, 69 procent, vindt het invoeren van gegevens via het internet veilig genoeg. Daarnaast vindt men het prima elektronisch bezwaar in kunnen dienen. Samengevat kan gesteld worden dat burgers het internet het meest voor de hand liggende kanaal voor informatievoorziening en informatie-uitwisseling vinden (Jansen, Klok & Willems, 2008).

1.2 Problemen met internet als communicatiemedium

Maar terwijl burgers voorkeur hebben voor het gebruik van het internet, hebben ze tegelijkertijd problemen met het gebruik van de website. Ze hebben moeite met de structuur van de website van de Belastingdienst. Uit onderzoek is gebleken dat de navigatie op de website van de Belastingdienst niet aansluit bij de verwachtingen van de burgers (Tegeler & Jansen, 2008). Burgers vinden zoekmogelijkheden op de website te beperkt en ervaren het informatieaanbod als ongestructureerd (Hermesen, Klaassen & Van der Meer, 2006). Ze vinden het bijvoorbeeld verwarrend dat een pagina via meerdere wegen te bereiken is (Renkema, Roovers & De Waele, 2005).

De website in de nieuwe vorm, de vorm die aansluit bij de rijkshuisstijl, moet de informatie inzichtelijker en overzichtelijker maken. In het kader van deze vernieuwingen is het interessant om in kaart te brengen hoe burgers zich willen kunnen bewegen op de website van de Belastingdienst. Waar beginnen ze met zoeken? Welke zoektermen gebruiken ze?

Naast problemen met structuur, ondervinden burgers problemen met de teksten op de website van de Belastingdienst. Ze ondervinden moeilijkheden bij zinsopbouw en schema's (Hermesen, Klaassen & Van der Meer, 2006). Ook vinden burgers dat de Belastingdienst verwarrende termen gebruikt (Tegeler & Jansen, 2008). De vraag is dan wat er precies aan de teksten kan veranderen zodat ze begrijpelijk worden voor burgers.

2 Methode

2.1 Onderzoeksvragen

Hoewel de Belastingdienst constant bezig is de teksten zo op te stellen dat de burger ze begrijpt, stuiten burgers op onduidelijkheden tijdens hun communicatie met de Belastingdienst. Om antwoord te krijgen op de vraag wat er veranderd zou kunnen worden om de informatievoorziening te optimaliseren, zijn zeven subvragen geformuleerd:

1. In hoeverre komen burgers binnen een redelijke tijd bij de relevante passage?
2. Beginnen burgers met zoeken in het menu of in de zoekbalk?
3. Welke zoektermen gebruiken burgers?
4. In hoeverre zijn de teksten begrijpelijk?
5. Kan een tekst verbeterd worden?
6. Waarop kan een tekst verbeterd worden?
7. Wat zijn de inschattingen van medewerkers?

De eerste twee vragen hebben betrekking op de structurering van de website. De vragen 3 tot en met 6 gaan over de begrijpelijkheid van de webteksten. Deze vier vragen vormen de kern van het onderzoek. Met vraag 7 wordt getoetst of medewerkers een goede inschatting kunnen maken van (het handelen van) de burgers.

2.2 Onderzoekopzet

Het onderzoek is afgenomen bij de respondenten thuis. In een ruimte waar proefleiders en respondenten niet gestoord konden worden, voerden de respondenten enkele taken uit. Tijdens het uitvoeren van de taken observeerde de proefleider het zoekgedrag van de respondent. De proefleiders noteerden de zoektermen die de respondenten intypten in de zoekbalk, en hielden het klikgedrag van de respondenten bij.

In totaal waren er tien verschillende taken opgesteld: vijf voor het onderwerp 'een (nieuw)bouwwoning aanschaffen' en vijf voor het onderwerp 'het overlijden van een partner'. Elke taak bestond uit een inleidend verhaal '*stelt u zich eens voor dat.....*', gevolgd door een vraag. Zo moesten de respondenten bijvoorbeeld uitzoeken wat 'hypotheekrenteaf trek' is. Aansluitend moesten ze dan opzoeken wat ze allemaal mochten aftrekken.

Bij de vragen over de twee fiscale onderwerpen is er gebruikgemaakt van daadwerkelijk veelgestelde vragen bij de Belastingdienst. Deze in de praktijk veelgestelde vragen zijn overgenomen om het onderzoek zo realistisch mogelijk vorm te geven. De moeilijkheidsgraad van de vragen verschilde, maar de vragen mochten niet te complex zijn, want de respondenten moesten alle informatie kunnen verwerken binnen een bepaalde tijd. Bij het kiezen van de vragen is er voor gezorgd dat de respondenten niet hoefden te rekenen. Bovendien is er bij het selecteren van vragen voor gezorgd dat er geen programma's gedownload hoefden te worden. Zo moesten de respondenten bij de vragen over het onderwerp overlijden onder andere uitzoeken of ze recht hadden op een erfenis. Ook moesten ze nagaan of ze de Belastingdienst op de hoogte moesten stellen van een sterfgeval. Voor een overzicht van alle vragen wordt verwezen naar bijlagen D en E.

Om ervoor te zorgen dat de respondenten tijdens het uitvoeren van de taken niet alleen maar aan het zoeken waren, was er een tijdslimiet opgesteld. De respondenten mochten twee minuten zelfstandig proberen om op de relevante pagina uit te komen.

De relevante pagina was een pagina op www.belastingdienst.nl waarop de informatie stond die de respondenten nodig hadden om de taak te kunnen uitvoeren. De zoektijd van twee minuten was gebaseerd op eerder onderzoek (Van Geel, 2003) waarin respondenten vergelijkbare taken moesten uitvoeren. In het onderzoek van Van Geel (2003) moesten respondenten een antwoord opzoeken in een elektronische handleiding. Bij het uitvoeren van die taken waren de respondenten gemiddeld twee minuten bezig. Uit een pretest van dit onderzoek bleek dat twee minuten zoektijd voldoende zou moeten zijn.

Let wel: de beginpagina voor elke taak was www.belastingdienst.nl en niet een zoekmachine zoals Google. Als de respondenten niet binnen de twee minuten op de juiste pagina waren aangekomen, leidde de proefleider de respondenten hier naartoe. Vanaf deze juiste pagina moesten de respondenten de taak uitvoeren.

Door een scheiding aan te brengen tussen het zoeken naar en het lezen van de teksten kon goed in kaart worden gebracht waarom de respondenten vastliepen. Immers, als respondenten het antwoord op de vraag niet konden vinden terwijl ze wel op de juiste pagina waren beland, zijn de teksten niet begrijpelijk.

De gemiddelde duur van het onderzoek was 60 minuten. Omdat het onderzoek redelijk lang was, waren er per respondent twee proefleiders ingeschakeld. Twee proefleiders zien en noteren immers meer dan één en kunnen elkaar scherp houden. Om vertekening van het onderzoek te voorkomen werd de volgorde waarin de onderwerpen werden aangeboden aan de respondenten afgewisseld. Op deze manier werd uitgesloten dat de laatste vragen standaard slechter gemaakt werden, als gevolg van een minder goede concentratie.

2.3 Ontwerp

Het onderzoek bestond uit vier delen:

1. Het verzamelen van algemene gegevens van de respondent.
2. Het meten van de gebruiksvriendelijkheid van de websitestructuur.
3. Het meten van de begrijpelijkheid van de teksten.
4. Het in kaart brengen van de algemene tevredenheid over de teksten.

1. Het verzamelen van algemene gegevens van de respondent.

Deel één van het onderzoek karakteriseert de respondentengroep. Zo wordt onder andere de contactbehoefte van de respondenten in kaart gebracht.

2. Het meten van de gebruiksvriendelijkheid van de websitestructuur.

Deel twee van het onderzoek heeft betrekking op de eerste twee onderzoeksvragen.

Onderzoeksvraag 1 wordt beantwoord door te meten hoeveel burgers binnen twee minuten bij de relevante passage kwamen. De relevante passage is de passage waarin het antwoord op de vraag te vinden is. Bij onderzoeksvraag 2 werd gekeken naar het startpunt van de zoekactie van de respondenten: beginnen ze in het menu of in de zoekbalk?

3. Het meten van de begrijpelijkheid van de teksten.

Met deel drie van het onderzoek wordt een antwoord geformuleerd op onderzoeksvragen 3 tot en met 6. Om onderzoeksvraag 3 te beantwoorden, werd geobserveerd welke termen de respondenten intypten in de zoekbalk. Ook werd beoordeeld of het antwoord dat de respondenten op de vragen gaven, correct was. Hoe vaker een vraag correct beantwoord werd, des te begrijpelijker de tekst. Om toevalstreffers uit te sluiten, werd de respondenten tevens gevraagd hoe zeker ze van hun antwoord waren.

Om onderzoeksvragen 5 en 6 te beantwoorden, werd de respondenten gevraagd of ze vonden dat de tekst beter kon worden geschreven. Om eventuele weerstand tegen het beantwoorden van die vraag weg te nemen, werd de respondenten gevraagd of ze vonden dat de tekst in de huidige vorm gebruikt zou kunnen worden bij andere burgers.

De vraag 'kan een tekst beter?' is naar het voorbeeld van het model van de drie poorten (Kuyper en Van de Wetering, 2002). Het model van de drie poorten is een beoordelingsmodel voor de kwaliteit van een tekst. De gedachtegang achter het model is dat een lezer bij het beoordelen van een tekst drie vragen beantwoordt (drie poorten doorgaat). De eerste vraag is of de gelezen brief ongecorrigeerd de deur uit mag. Als dit niet zo is, moet de lezer beargumenteren waarom de brief niet de deur uit mag (vraag 2). Bij vraag drie moet de lezer bepalen op welke punten de brief verbeterd moet worden. De lezer moet aangeven of er in de brief een gebrek is aan communicatieve kwaliteit of aan correctheid (of een combinatie van beide).

Deze manier van het beoordelen van teksten sluit aan bij dit onderzoek. Met het onderzoek worden immers niet alleen correcte antwoorden gemeten, maar er wordt ook gekeken of een tekst verbeterd kan worden. Om in kaart te brengen op welke punten een tekst verbeterd kan worden, is gebruik gemaakt van het CCC-model (Renkema, 1995). Het CCC-model is gedetailleerder dan het model van de drie poorten. Hierdoor kan specifieker worden gemeten waarop burgers vastlopen bij het lezen van de teksten. Het model van de drie poorten is een praktijkgerichte benadering, en daardoor zeer geschikt voor het beoordelen van de brieven die de Belastingdienst verstuurt. Het CCC-model is echter meer geschikt voor onderzoek.

Het CCC-model is een hulpmiddel voor het vaststellen van de kwaliteit van teksten. Volgens het CCC-model voldoet een tekst aan voldoende kwaliteit als er aan drie voorwaarden is voldaan: correspondentie, consistentie en correctheid. Achtereenvolgens houdt dit in dat:

- een schrijver zijn tekst op de lezer afstemt;
- de tekstdelen op elkaar zijn afgestemd;
- de schrijver de regels van het taalsysteem toepast.

Deze drie voorwaarden zijn van toepassing op vijf tekstniveaus: teksttype, inhoud, opbouw, formulering en presentatie. In combinatie leveren de drie voorwaarden en vijf tekstniveaus vijftien ijkpunten op, zie Figuur 1. Deze vijftien ijkpunten gebruikte de proefleider om de antwoorden van de respondent te categoriseren, maar ze konden ook als houvast voor de respondent dienen. Als een respondent niet onder woorden kon brengen waarom een tekst onbegrijpelijk was, kon de respondent met het model aangeven waar het probleem zat. Om het model inzichtelijker te maken voor de respondenten waren er vragen aan de ijkpunten toegevoegd (zie ook bijlage A).

Figuur 1 Het CCC-model voor de analyse van tekstkwaliteit

	Correspondentie	Consistentie	Correctheid
	1. geschiktheid	2. genrezuiverheid	3. toepassing genreregels
A. Teksttype	<i>Past de tekstsoort bij het doel van de tekst?</i>	<i>Blijft het teksttype hetzelfde in de gehele tekst?</i>	<i>Passen de gebruikte woorden bij het teksttype?</i>
	4. voldoende informatie	1. overeenstemming tussen feiten	2. juistheid van gegevens
B. Inhoud	<i>Heeft u behoefte aan meer informatie?</i>	<i>Staan er tegenstrijdigheden in de tekst?</i>	<i>Zijn de gegevens in de tekst correct?</i>
	7. voldoende samenhang	8. consequente opbouw	9. correcte verbindingswoorden
C. Opbouw	<i>Is de volgorde van de aangeboden informatie 'logisch'?</i>	<i>Komt de inhoud overeen met het kopje?</i>	<i>Worden zinnen op de juiste manier aan elkaar gekoppeld?</i>
	10. gepaste formulering	11. eenheid van stijl	12. correcte zinsbouw en woordkeus
D. Formulering	<i>Behoeven woorden een extra uitleg?</i>	<i>Is er eenheid in terminologie?</i>	<i>Staan er in de tekst woorden die niet kloppen in de zin?</i>
	13. gepaste presentatie	14. afstemming van tekst en vormgeving	15. correcte spelling en interpunctie
E. Presentatie	<i>Kan de lezer snel iets terugvinden?</i>	<i>Kloppen de verwijzingen naar andere tekstonderdelen?</i>	<i>Is de spelling correct?</i>

4. Het in kaart brengen van de algemene tevredenheid over de teksten.

Het vierde en laatste deel van het onderzoek heeft betrekking op onderzoeksvraag 7. In een verkennend onderzoek is nagegaan of belastingdienstmedewerkers een inschatting kunnen maken van de eventuele communicatieproblemen die burgers hebben met de website. Daartoe is in overleg met de opdrachtgever een tiental medewerkers van het centrum voor kennis en communicatie gevraagd een inschatting te maken op basis van de vragen die ook aan de respondenten zijn voorgelegd.

Aan medewerkers is gevraagd in te schatten hoeveel vragen de respondenten goed zouden beantwoorden en met welk cijfer de respondenten de teksten beoordeelden. Ook moesten medewerkers de algemene tevredenheid schatten over de webteksten van de Belastingdienst. De algemene tevredenheid is gemeten door de respondenten twaalf vragen over de informatie, opbouw en formulering te laten beantwoorden. De vragen werden gesteld op een semantische differentiatieschaal. Ze moesten onder andere aangeven of de informatie bruikbaar dan wel nutteloos was, of de opbouw rustig dan wel druk was en of de formulering vaag dan wel helder was. Voor een compleet overzicht van alle gestelde vragen wordt verwezen naar bijlage B. In deze bijlage wordt het ontwerp van het gehele onderzoek schematisch weergegeven.

2.4 Materiaal

De vragen die de respondenten moesten beantwoorden, hebben betrekking op een specifieke tekst op de website. In de tekst stond een passage die relevant was voor het beantwoorden van de vraag. De vragen over het aanschaffen van een (nieuwbouw)huis zijn gebaseerd op de volgende teksten (titels worden weergegeven):

1. Rente en kosten voor de eigenwoningschuld
2. Eigenwoningschuld
3. Aangeven bezittingen in box 3
4. Tweejaarsregeling
5. (Eenmalig) aftrekbare kosten

De vragen over het onderwerp overlijden hebben betrekking op de teksten:

6. Samenwonen en erven
7. Er is iemand overleden
8. Schenkingen en de gevolgen voor uw erfenis
9. Uw echtgenoot, partner of huisgenoot is in 2010 overleden
10. De overledene woonde in het buitenland

De keuze voor deze teksten is ingegeven door drie overwegingen. De eerste was dat deze teksten pas na afloop van het onderzoek herschreven worden. De teksten op de website veranderen dus niet tijdens de looptijd van dit onderzoek. Als tweede overweging gold dat iedere burger met (één van) de onderwerpen te maken krijgt. Het onderzoek omvat hiermee een zo groot mogelijke groep burgers. De laatste overweging was dat de gebeurtenissen rondom de onderwerpen van dit onderzoek fiscale gevolgen hebben voor de burger. Op het moment dat de burger met één van de onderwerpen te maken krijgt, moet contact worden opgenomen met de Belastingdienst.

2.5 Verwerking van de gegevens

Met een *t*-toets (Independent two-sample *t*-test) is nagegaan of de contactbehoefte samenhang vertoont met het aantal correcte antwoorden of de wens om de tekst te verbeteren.

De gegevens over de begrijpelijkheid van de teksten zijn thematisch geanalyseerd en gecategoriseerd. De vraag of de respondent vond of de tekst verbeterd kon worden en de vraag of de respondent vond dat de tekst voor anderen aangepast moest worden, zijn samengenomen. Als de respondent op één van die vragen aangaf dat de tekst verbeterd kon worden, werd gesteld dat de tekst verbetering behoefde.

De antwoorden van de respondenten op de vraag 'kan de tekst verbeterd worden?', zijn gegroepeerd aan de hand van de ijkpunten uit het CCC-model. Dit groeperen is door twee personen, onafhankelijk van elkaar, gebeurd. Van de 660 gegeven antwoorden (66 respondenten die elke 10 vragen beantwoordden) ontstond er bij 74 antwoorden (11,2 procent) een discussie. Antwoorden waarbij een verschillend ijkpunt was toegekend zijn nog een keer geanalyseerd. Daarna kon unaniem een besluit genomen worden over welk ijkpunt toegekend moest worden.

Bij deel vier van het onderzoek, het meten van de algemene tevredenheid over de webteksten, zijn de scores van de belastingdienstmedewerkers vergeleken met die van de respondenten. De vragen op de semantische differentiatieschalen zijn waar nodig omgepooled. Dit houdt in dat alle vragen in dezelfde 'richting' worden gezet. Vragen die negatief gesteld waren, werden omgedraaid tot positief geformuleerde vragen.

2.6 De respondenten

In totaal hebben 66 personen deelgenomen aan het onderzoek: 38 mannen en 28 vrouwen. Alle respondenten waren particuliere belastingplichtigen. De leeftijd van de respondenten varieerde van 20 tot 59 jaar, met een gemiddelde van 40 jaar. Tabel 1 karakteriseert de respondentengroep.

Tabel 1 De relatie tussen het opleidingsniveau, sekse en het doen van digitale aangifte (scores zijn percentages; N=65)

	laag (n=13)	opleiding midden (n=20)	hoog (n=32)
man (n=37)	13	24	63
vrouw (n=27)	30	41	29
digitaal aangifte (n= 37)	8	27	65

Aan het onderzoek deden meer hoog- dan laagopgeleiden mee. Uit Tabel 1 blijkt dat de mannen hoger opgeleid zijn dan de vrouwen. Hoger opgeleiden doen in grotere mate digitaal aangifte dan lager opgeleiden.

Uit Tabel 1 blijkt dat 56 procent (37 van de 66) van de respondenten hun aangifte digitaal doet. Dat is 30% minder dan uit gegevens van de Belastingdienst blijkt (86 procent van de Nederlandse burgers vulde in 2010 de aangifte digitaal in). Een vergelijking tussen de twee percentages is echter niet te maken. De Belastingdienst gaat uit van alle aangiftes die binnenkomen en berekent hoeveel daarvan digitaal zijn gedaan. In dit onderzoek werd de respondenten gevraagd of ze digitaal aangifte deden. Als die vraag met 'nee' beantwoord werd, kon dit betekenen dat de respondenten hun aangifte op papier deden, maar ook dat ze hun aangifte niet zelf deden. In het laatste geval deed een partner of iemand anders de aangifte. Iemand die de aangifte wellicht wel digitaal deed.

3 Resultaten

3.1 Algemeen

Gemiddeld beoordelen de respondenten de teksten van de Belastingdienst over de onderwerpen '(nieuwbouw)Woning aanschaffen' en 'Overlijden' met een 5.9 (op een schaal van 1-10). Naar aanleiding van de gelezen teksten heeft 56 procent van de respondenten behoefte aan contact met de Belastingdienst.

Tabel 2 Gemiddeld cijfer en contactbehoefte

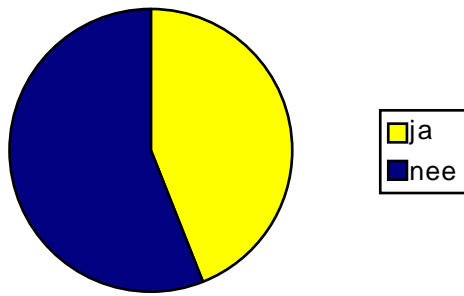
Gemiddeld cijfer	5.9
Percentage burgers dat behoefte heeft aan contact	56%

3.2 Structurering van website

1. In hoeverre komen burgers binnen een redelijke tijd bij de relevante passage?

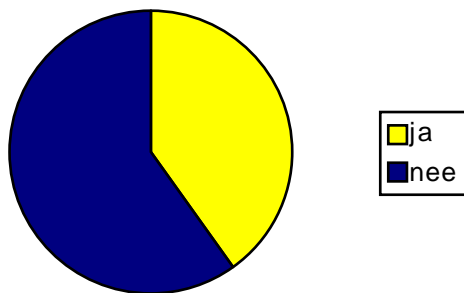
Alle 66 respondenten hebben 10 vragen beantwoord. In totaal is er dus 660 keer een zoekactie uitgevoerd. Figuur 2 geeft weer dat de respondenten 370 keer niet binnen twee minuten op de juiste pagina arriveerden. Dit betekent dat de relevante passage in 56 procent van de uit te voeren zoekacties niet binnen redelijke tijd gevonden werd.

Figuur 2 Arriveren de respondenten binnen twee minuten bij de relevante passage?



De respondenten zijn zoekende op de website. Uit Figuur 3 is af te lezen dat de respondenten gemiddeld bij vier van de tien vragen wel een idee hadden waar ze het antwoord konden vinden op de website. Bij zes van de tien vragen (60%) hadden ze dus geen idee waar ze moesten beginnen met zoeken.

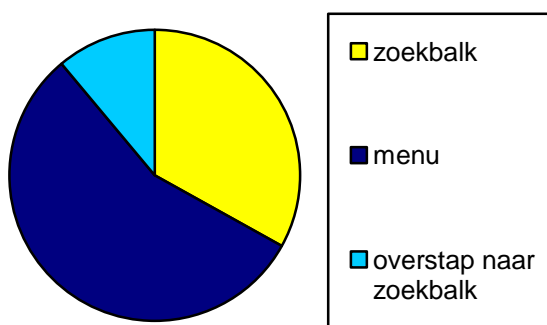
Figuur 3 Hebben de respondenten een idee waar ze moeten beginnen met zoeken?



2. Beginnen burgers met zoeken in het menu of in de zoekbalk?

Het zoekgedrag van de respondenten is voor elke taak nagenoeg gelijk. Het menu is bij 439 van de 660 taken (67 procent) het startpunt van de zoekactie. Uit Figuur 4 is af te lezen dat het menu niet altijd naar behoren werkt. Van de 439 gevallen waarin de respondenten hun zoekactie in het menu startten, schakelden ze 48 keer nog over op de zoekbalk.

Figuur 4 Zoekactie



3.3 Begrijpelijkheid van webteksten

3. Welke zoektermen gebruiken burgers?

De respondenten gaven aan dat de zoekfunctie niet adequaat is ingesteld; bij te weinig trefwoorden geeft de zoekfunctie een relevant resultaat. Een voorbeeld hiervan is dat fout gespelde woorden geen resultaat opleveren. De zoekfunctie geeft geen resultaat of suggesties (*bedoelde u...*) als de zoekterm 'erfen' gebruikt wordt. Een ander voorbeeld is dat bij de vragen over overlijden alleen de zoekterm 'overlijden' of 'overleden' een relevant resultaat oplevert. Zoektermen als 'dood' of 'sterven' geven dit resultaat niet. Dit zijn echter wel zoektermen die de respondenten gebruiken. Eenzelfde probleem doet zich voor bij de vraag over de hypotheekrenteaf trek. Om op de juiste pagina te komen, moest de respondent in de zoekbalk 'eigenwoningschuld' intikken. Deze term was echter niet bekend bij de respondenten. Het bereiken van de juiste pagina werd dan lastig, aangezien de zoekfunctie geen relevante resultaten opleverde als de respondenten de term 'hypotheekrenteaf trek' intypten. In Figuur 5 staan meer zoektermen die de respondenten wel gebruikten, maar die geen relevant resultaat opleverden.

Figuur 5 Gebruikte zoektermen zonder relevant resultaat



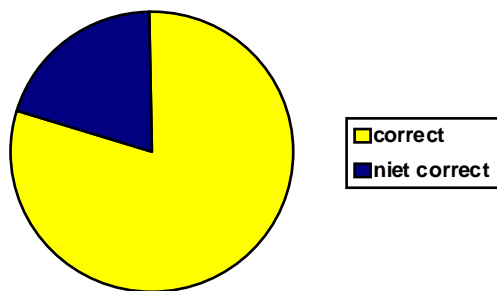
Als de respondenten een zoekterm gebruikten die wel resultaten opleverde, was de lijst met resultaten erg lang. Het gebruiken van, bijvoorbeeld, de zoekterm 'eigenwoningschuld' levert 226 resultaten op. Wanneer de respondenten de resultatenlijst wilden inperken door de zoekterm 'huis' toe te voegen, werd de lijst juist langer. De combinatie van de zoektermen 'eigenwoningschuld' en 'huis' levert 247 resultaten op.

De respondenten raakten ontmoedigd door de vele opties waaruit ze moesten kiezen: *“Er staat te veel informatie op de website, ik fixeer me hier op en de rest valt niet op”*. Een andere respondent merkte op dat hij *“nooit alles zou lezen”*. Deze bevinding bevestigt de resultaten uit onderzoek gedaan door het B/CKC-team User Experience (2010). Dit team vond dat de burger een teveel aan informatie op de pagina bezwaarlijk vond.

4. In hoeverre zijn de teksten begrijpelijk?

Van de in totaal 660 antwoorden die gegeven moesten worden, waren er 530 correct. Dit betekent dat 80 procent van de vragen correct beantwoord werd, zie Figuur 6.

Figuur 6 Correcte antwoorden

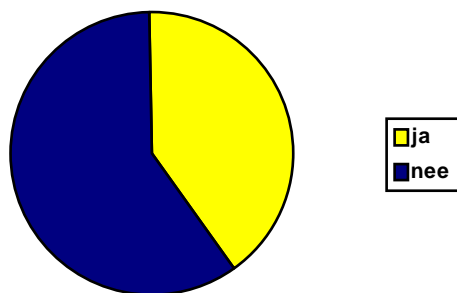


De correcte antwoorden zijn geen toevalstreffers, want er is een samenhang tussen het gegeven antwoord en de zekerheid van de respondent over het antwoord ($r=.47$, $p<.001$). Over het algemeen gold dat als de respondent een correct antwoord gaf, de respondent zeker was van het antwoord. En als de respondent een fout antwoord gaf, was deze ook minder zeker van dat antwoord.

5. Kan een tekst verbeterd worden?

In totaal gaven de respondenten voor 245 van de 660 gelezen teksten aan dat een tekst verbeterd kon worden. Dit komt er op neer dat een respondent gemiddeld op 4 van de 10 gelezen teksten iets heeft aan te merken. Figuur 7 geeft deze verhouding schematisch weer.

Figuur 7 Kan de tekst verbeterd worden?



De respondenten hebben het minst aan te merken op tekst 10 en tekst 7. 10 procent van de respondenten vindt dat deze teksten verbeterd kunnen worden. Tekst 3 en tekst 1 worden het slechtst beoordeeld. Gemiddeld vindt 70 procent van de respondenten dat deze vier teksten aangepast moeten worden. De vier teksten zullen uitgebreid worden gepresenteerd in paragraaf 3.4 en 3.5.

6. Waarop kan een tekst verbeterd worden?

Waar hebben de respondenten precies iets op aan te merken bij het lezen van de teksten? Op welke vlakken ondervinden ze moeilijkheden? Oftewel: binnen welke categorie van ijkpunten kan een tekst volgens de respondenten verbeterd worden? Tabel 8 geeft per taak weer op hoeveel en op welke categorie van ijkpunten uit het CCC-model de respondenten vonden dat de teksten verbeterd konden worden.

Tabel 3 Categorie ijkpunten per taak (aantal keer aangegeven, maximum is 66 keer)

	Taak										Totaal
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Correspondentie	51	25	79	38	49	19	11	39	34	6	351
Consistentie	28	3	14	13	8	5	0	9	7	3	90
Correctheid	6	1	2	0	3	3	0	1	3	1	20
Totaal	85	29	95	51	60	27	11	49	44	10	461

Van de 461 keer dat er een verbeterpunt genoemd wordt, gaat het 351 keer om een ijkpunt dat betrekking heeft op de voorwaarde 'correspondentie' uit het CCC-model. 76 procent van de genoemde punten ter verbetering heeft dus te maken met het correspondentiecriteria. Voorwaarde twee uit het CCC-model, consistentie, beslaat 20 procent van de genoemde verbeterpunten. Ijkpunten die betrekking hebben op de voorwaarde 'correctheid' worden het minste genoemd: 4 procent.

Zijn de bovenstaande verbeterpunten ook zichtbaar in de teksten? Met andere woorden: kunnen de teksten die slecht beoordeeld worden duidelijk verbeterd worden op de aangegeven ijkpunten? Voor de twee teksten die als slechtste (tekst 3 en 1) en als beste (tekst 7 en 10) beoordeeld werden, is een uitgebreidere analyse gemaakt (zie paragraaf 3.4 en 3.5).

7. Wat zijn de inschattingen van medewerkers?

Uit Tabel 4 blijkt dat de algemene tevredenheid van de respondenten goed wordt ingeschat door de bij het onderzoek betrokken belastingdienstmedewerkers. De verwachte scores zijn nagenoeg gelijk aan de daadwerkelijke scores. Ook maakten de medewerkers een goede schatting van het gemiddelde cijfer dat de respondenten gaven aan de teksten. De ingeschatte score wijkt slechts 0.3 punt af van de daadwerkelijke score.

Tabel 4 Beleving van de respondenten met webteksten van de Belastingdienst afgezet tegen verwachting van de belastingdienstmedewerkers (score is minimaal 1, maximaal 7; standaardafwijking staat tussen haakjes)

	score (n=66)	verwachte score (n=10)
informatie	4.61 (0.95)	4.45 (0.47)
opbouw	4.21 (1.15)	4.43 (0.17)
formulering	3.90 (0.96)	3.90 (0.45)

In Tabel 5 is wel een verschil zichtbaar tussen de verwachte en daadwerkelijke score van het aantal correcte antwoorden. Belastingdienstmedewerkers verwachtten dat de respondenten minder vragen goed zouden beantwoorden. De respondenten hebben gemiddeld twee teksten meer correct beantwoord dan de medewerkers verwachtten. De begrijpelijkheid van de webteksten is dus hoger dan medewerkers verwachtten. Een medewerker merkt wel op dat sommige burgers de antwoorden wel vinden, maar dat *"de BelastingTelefoon wordt verblijd met een telefoontje"*.

Tabel 5 Daadwerkelijke scores van de respondenten afgezet tegen de verwachte scores (score is minimaal 1, maximaal 10; standaardafwijking staat tussen haakjes)

	score (n=66)	verwachte score (n=10)
gemiddelde cijfer	5.93 (1.37)*	6.2 (0.82)
correcte antwoorden	8.03 (1.49)	6.3 (1.89)

*n=61

3.4 Analyse van twee slecht beoordeelde teksten

Tekst 3: Aangeven bezittingen in box 3

De tekst bestaat ruwweg uit twee opsommingen. Het eerste deel van de tekst, de eerste opsomming wordt hieronder vertoond:

Aangeven bezittingen in box 3

■ blauw = jargon
■ geel = pseudojargon

Had u in 2010 bezittingen in Nederland of in het buitenland? Dan moet u de waarde daarvan aangeven als bezittingen in box 3: sparen en beleggen.

De volgende bezittingen moet u aangeven in box 3:

- uw bank- en spaartegoeden in Nederland
- uw spaartegoeden, aandelen en dergelijke in het buitenland
- uw aandelen, obligaties, winstbewijzen en opties die niet bij een aanmerkelijk belang horen
- het niet-vrijgestelde deel van uw maatschappelijke beleggingen
Meer informatie vindt u:
 - in de aanvullende toelichting 'Bezittingen'. U kunt deze toelichting downloaden.
 - Bij Beleggen met belastingvoordeel.
- het niet-vrijgestelde deel van uw beleggingen in durfkapitaal
Meer informatie vindt u:
 - in de aanvullende toelichting 'Bezittingen'. U kunt deze toelichting downloaden.
 - Bij Beleggen met belastingvoordeel.
- uw overige vorderingen, zoals uitgeleend geld, en contant geld
- uw tweede woning, bijvoorbeeld een vakantiewoning
- uw overige onroerende zaken, bijvoorbeeld een woning die u verhuurd
- het niet-vrijgestelde deel van uw kapitaalverzekeringen
- uw rechten op periodieke uitkeringen, bijvoorbeeld een lijfrenteverzekering
- uw overige bezittingen
- uw aandeel in een onverdeelde boedel
- uw aandeel in het vermogen van de Vereniging van Eigenaren (VvE)

De respondenten vinden het lastig dat veel informatie in één keer zichtbaar is. Ze hebben hierdoor het idee dat ze overspoeld worden met informatie. Ze kunnen door de vele keuzemogelijkheden niet goed inschatten welke informatie waar staat. Ze geven aan dat de tekst duidelijker zou zijn als de punten onder kopjes zouden worden ingedeeld.

De respondenten vinden het lastig als een menu op de website uit te veel niveaus bestaat, ze kunnen dan moeilijk een keuze maken uit alle opties. De moeite die de respondenten hebben met deze tekst sluit hierbij aan: de respondenten ondervinden problemen tijdens het navigeren op de website. Tekst 3 is zo goed als in z'n geheel een opsomming. In de tekst staan vele opties waaruit de respondent moet kiezen. Te veel opties levert een keuzeprobleem op. Een respondent merkt op: "Hier staat voor mijn gevoel twee keer hetzelfde en dan raak ik in de war".

Het maken van een keuze uit de opties wordt bovendien bemoeilijkt doordat de respondenten niet (precies) weten wat sommige begrippen betekenen. Een respondent merkt op: "Ze hebben het over 'boxen' en 'vorderingen'. Hoe moet ik nou weten wat dat allemaal is?"

Twaalf van de dertien punten van de opsommingen bevatten onbekende woorden. De woorden die onbekend zijn bij burgers en in de begrippenlijst staan, zijn blauw gemarkeerd. Maar ook sommige begrippen die niet in de begrippenlijst staan, zijn onbekend bij burgers. Deze begrippen zijn vaktermen die de Belastingdienst als bekend veronderstelt bij de burger en dus niet opneemt in de begrippenlijst. De Belastingdienst noemt dit pseudojargon. Omdat de Belastingdienst geen lijst van pseudojargon heeft, is door de onderzoekers ingeschat welke begrippen onder pseudojargon vallen. Deze schatting is gemaakt voor iemand van havoniveau. In de tekst is het pseudojargon geel gemarkeerd.

Tekst 1: Rente en kosten voor de eigenwoningschuld

Rente en kosten voor de eigenwoningschuld

■ blauw = jargon
■ geel = pseudojargon

De **eigenwoningschuld** is het bedrag dat u hebt geleend voor de eigen woning en waarover u de **rente** mag **afrekken**. De **eigenwoningschuld** wordt verhoogd met de **lening** die u bent **aangegaan** voor de **financieringskosten** van die **eigenwoningschuld**. Hierbij geldt een maximumbedrag voor **afsluitprovisie** en andere **bemiddelingskosten** voor de **verrijking van de lening**.

De **rente** en **kosten die u hebt betaald** voor de **eigenwoningschuld** zijn **afrekbaar** voor zover de lening is gebruikt voor aankoop, verbouwing of onderhoud van de eigen woning of voor de **afkoop** van **erfpacht**. Als u (een gedeelte van) de lening gebruikt voor andere doeleinden, zijn de **rente** en **kosten** niet **afrekbaar**.

Voorbeeld

Uw totale **(hypotheek)schuld** is ! 200.000. Van dit bedrag hebt u ! 20.000 gebruikt om een auto te kopen. De **eigenwoningschuld** is ! 180.000 omdat u ! 20.000 niet aan uw woning hebt besteed. Alleen de **rente** over die ! 180.000 is **afrekbaar**. De betaalde **rente** is maximaal 30 jaar **afrekbaar**. Als u de lening na 30 jaar niet of niet volledig hebt afgelost, mag u geen **rente** meer **afrekken**. Is de lening afgesloten vóór 1 januari 2001, dan gaat de termijn van 30 jaar in op 1 januari 2001.

Wanneer mag u niet alle **rente afrekken?**

In de volgende situaties is de **renteafrek** beperkt:

- U hebt uw lening niet helemaal gebruikt voor uw eigen woning.
- U hebt een **uitkering** gekregen uit een **kapitaalverzekering** eigen woning of een spaarrekening eigen woning.
U vermindert de **eigenwoningschuld** met het deel van de **uitkering** dat is **vrijgesteld van belasting**. Van het bedrag dat overblijft, mag u de **rente afrekken**.
- U verkocht uw eigen woning en kocht een andere eigen woning
U moet dan rekening houden met **overwaarde**. Zie **Eigenwoningreserve of verkoop eigen woning**.

De respondenten geven bij deze tekst vooral aan dat ze behoefte hebben aan meer informatie. Ze willen meer voorbeelden bij de tekst en hebben behoefte aan extra uitleg van begrippen. In de tekst wordt deze uitleg niet gegeven; geen enkele keer wordt een begrip apart uitgelegd of is bij een begrip een link naar de begrippenlijst toegevoegd. De respondenten geven aan dat dit wel gewenst is. Net als bij tekst 3 begrijpen de respondenten niet alle begrippen uit de tekst. Wat is 'provisie'? Wat is 'erfpacht'? En wat is 'eigenwoningschuld'? In de tekst is al het jargon in het blauw gemarkeerd. Het pseudojargon is geel gemarkeerd. Het duidelijk maken van de gemarkeerde begrippen lijkt noodzakelijk. Veel meer begrippen dan in de begrippenlijst staan, zijn onduidelijk voor de respondenten.

Alleen het opnemen van een begrip in de begrippenlijst lijkt echter niet toereikend om het begrip duidelijk te maken, het begrip moet in de begrippenlijst goed uitgelegd worden. De respondenten geven aan dat ze ook bij dit soort tekstjes behoefte hebben aan meer informatie. Een voorbeeld van een niet toereikende definitie is de definitie van het begrip 'erfpacht'. Na het lezen van de definitie snapt de respondenten nog niet wat 'erfpacht' inhoudt. De definitie zoals gegeven in de begrippenlijst op de website is als volgt:

Erfpacht: 'Periodieke betaling voor de grond die niet uw eigendom is, maar in erfpacht. Op deze grond staat een roerende of onroerende zaak die wel uw eigendom is.'

Na het lezen van deze uitleg werd niet bevestigend gereageerd door de respondenten. Proefleiders kregen bij onder andere dit begrip het idee dat de respondenten nog steeds niet (precies) wisten wat het antwoord inhoudt. En tegelijkertijd geven de respondenten aan dat ze het vervelend vinden als ze niet volledig zeker zijn van hun antwoord. Als ze niet precies weten wat ze lezen, zijn ze niet zeker van hun handelen. Het geven van uitleg en voorbeelden in teksten en bij begrippen lijkt dus noodzakelijk.

Een ander veelgenoemd punt bij deze tekst is dat de termen 'eigenwoningschuld' en 'hypotheekrenteaf trek' niet duidelijk te onderscheiden zijn. In het menu wordt de term 'hypotheekrenteaf trek' gebruikt: *'Aftrek hypotheekrente en andere kosten woning'*. Op het scherm waarop men arriveert na op de link geklikt te hebben, wordt de term 'hypotheekrenteaf trek' niet meer gebruikt. De respondent moet dan schakelen naar de term 'eigenwoningschuld'. Die overgang wordt op geen enkele manier duidelijk gemaakt. De respondenten raken hierdoor in de war: ze klikken een pagina terug of beginnen opnieuw met zoeken. Een respondent verklaart na een vastgelopen zoekactie: *"Waarom zou ik het aanklikken als ik niet weet wat het is?"* De respondenten koppelen de term 'eigenwoningschuld' niet aan de term 'hypotheekrenteaf trek'.

De slecht beoordeelde teksten: tekst 3 en tekst 1

De analyses van de tekst 3 en tekst 1 bevestigen dat de respondenten vooral moeilijkheden met teksten ondervinden als er niet wordt voldaan aan het correspondentie criterium. Bij zowel tekst 3 als 1 wordt meer voorkennis bij de lezer verondersteld dan aanwezig is. De Belastingdienst gaat bij te veel begrippen ervan uit dat de lezer weet wat het begrip betekent. Het blijkt echter dat bij de respondenten minder begrippen bekend zijn dan de Belastingdienst inschat. Dit lijkt aan te sluiten bij het onderscheid dat de Belastingdienst maakt tussen jargon en het zogenoemd pseudojargon. Het jargon wordt uitgelegd in de begrippenlijst, het pseudojargon niet. De scheiding tussen het jargon en het pseudojargon lijkt niet terecht; ook het pseudojargon zou gedefinieerd moeten worden.

3.5 Analyse van twee goed beoordeelde teksten

Tekst 10: De overledene woonde in het buitenland

Tekst 10 wordt goed beoordeeld. Scoort deze tekst op de punten waarop andere teksten verbeterd kunnen worden? Tekst 10 is als volgt:

De overledene woonde in het buitenland

Als de overledene een Nederlander was en op het moment van overlijden meer dan 10 jaar in het buitenland woonde, hoeft u in Nederland geen **erfbelasting** te betalen.

■ blauw = jargon
■ geel = pseudojargon

De tekst geeft precies genoeg informatie: het antwoord op de vraag kan in één zin gegeven worden en dat wordt ook gedaan. De respondenten waarderen het als teksten op deze manier zijn opgebouwd. Aangegeven wordt dat meer teksten op zo'n manier opgebouwd zouden moeten worden. De respondenten vinden het over het algemeen duidelijker als teksten ingaan op één specifieke situatie dan wanneer veel informatie bij elkaar staat.

Als de teksten zo kort zijn, houdt dat in dat het menu op de website meerdere niveaus zal beslaan. Hoe specifieker het onderwerp, des te vaker moet een lezer klikken om bij de tekst uit te komen. De respondenten geven aan dat dit niet vervelend is, als maar duidelijk is waar de kopjes naar verwijzen. Bij deze tekst ging het verwijzen in de meeste gevallen fout. Op de pagina *'winst, vermogen en belang'* staat het kopje *'u krijgt een erfenis'*. Als hierop geklikt wordt, arriveert men echter op de pagina *'een codicil'*, een pagina die hoort onder *'u laat een erfenis na'*. Bij tekst 10 is het menu dus niet structurerend, eerder verwarrend. De respondenten gaven aan dat als het menu goed opgebouwd is, de teksten voor veel situaties zo specifiek als tekst 10 kunnen worden geschreven.

De verwarring tussen *'u krijgt een erfenis'* en *'u laat een erfenis na'* behoeft bij de teksten over 'overlijden' een extra opmerking. Veel respondenten hadden namelijk moeite met het gehanteerde perspectief in de teksten. De respondenten vonden het verwarrend dat sommige teksten op de website geschreven zijn aan degene die overleden is. Een respondent merkte op: *"ik laat geen erfenis na, mijn partner doet dat"*.

Een voorbeeld hiervan is tekst 8: 'schenkingen en de gevolgen voor uw erfenis'. Een fragment uit de tekst is als volgt: "Schenkingen die u doet tijdens uw leven, kunnen gevolgen hebben voor de erfenis die u nalaat. Als u komt te overlijden binnen 180 dagen nadat u een schenking hebt gedaan, dan zien wij deze schenking als onderdeel van uw erfenis. De schenking wordt opgeteld bij de erfenis van de ontvanger. Die betaalt dan erfbelasting over het totale bedrag van de erfenis en de schenking."

Deze tekst is geschreven aan degene die de schenking doet. De tekst is dus geschreven aan degene die overleden is (of komt te overlijden). Een respondent gaf aan dat het "onlogisch was dat er geschreven wordt aan degene die dood gaat". Dat de tekst op de website staat, is te verklaren door te stellen dat degene die de schenking doet informatie nodig heeft over het hoe en wat rondom de schenking. De respondenten vonden het echter verwarrend dat niet duidelijk wordt aangegeven wanneer aan wie wordt geschreven. Het verschil tussen het doen van een schenking en het krijgen van een schenking was voor veel respondenten niet duidelijk doordat de formuleringen door elkaar stonden in het menu en in de lopende teksten. Zo verwijst de pagina 'u krijgt een schenking' naar de pagina 'u doet een schenking'.

En aan wie is de volgende zin geschreven?: *Schenkingen die u binnen 180 dagen voor uw overlijden doet, worden niet bij uw erfenis opgeteld.* Aan degene die de schenking doet of aan degene die een erfenis (schenking) krijgt? Meerdere keren noteerden proefleiders opmerkingen van de respondenten in de trant van: "Het wordt bij mijn erfenis opgeteld, want ik krijg de erfenis die degene die komt te overlijden nalaat. Maar degene die overlijdt doet toch de schenking? Ik snap het niet".

Tekst 7: Er is iemand overleden

Er is iemand overleden

■ blauw = jargon
■ geel = pseudojargon

Mijn partner is overleden

Als uw partner is overleden, hoeft u dit niet aan ons door te geven. De gemeente geeft dit namelijk aan ons door. U kunt te maken krijgen met de volgende situaties:

- De zorgtoeslag staat op uw naam en uw toeslagpartner is overleden. U krijgt een brief en een nieuwe beschikking die is aangepast aan uw situatie.
- De zorgtoeslag staat op naam van de overledene en u bent toeslagpartner. Wij stoppen de zorgtoeslag. U krijgt vervolgens een brief met informatie over de afhandeling van de zorgtoeslag. Ook ontvangt u een aanvraagformulier, waarmee u zelf zorgtoeslag kunt aanvragen. Eventueel te veel uitbetaalde bedragen moet u terugbetalen.

Let op!

Staat de zorgtoeslag op naam van de overledene? En krijgt u een nabestaandenpensioen? Door uw hogere inkomen kan uw definitieve berekening lager uitvallen. U kunt dan bezwaar maken.

Een alleenstaande is overleden

Is er iemand overleden die zorgtoeslag kreeg en geen toeslagpartner had? Dan krijgt 1 van de erven automatisch het bericht dat de zorgtoeslag stopt. Eventueel te veel uitbetaalde bedragen moeten terugbetaald worden.

De respondenten vinden het fijn dat de tekst direct een antwoord op de vraag geeft. In de eerste zin staat aangegeven wat de respondent moest weten. De situaties waarmee een respondent te maken kan krijgen, staan duidelijk opgesomd in twee punten. De situaties sluiten elkaar ook goed uit. Per situatie wordt duidelijk omschreven wat de wijze van handelen is; de respondent weet precies wat hij of zij kan verwachten en wat er gaat gebeuren. Ook is duidelijk welke stappen de lezer zelf moet ondernemen.

Een verklaring voor het gegeven dat de respondenten deze tekst goed beoordelen, kan zijn dat de tekst korter is, maar ook dat de tekst relatief weinig jargon bevat. In verhouding tot tekst 1 bevat deze tekst weinig vaktaal (zie markeringen). In deze tekst worden de termen 'toeslag(partner)' en 'beschikking' gebruikt, maar verder staan er geen termen in die specifiek te maken hebben met de Belastingdienst. In tekst 1 staan alleen in de eerste alinea al meer termen die uitgelegd zouden kunnen worden.

De goed beoordeelde teksten: tekst 10 en tekst 7

Zowel tekst 10 als tekst 7 geeft voldoende informatie. Lezers weten wat ze moeten weten en worden niet overspoeld met extra informatie. Het gegeven dat deze twee teksten goed beoordeeld worden, lijkt samen te hangen met de hoeveelheid jargon. In zowel tekst 10 als 7 staat in verhouding tot tekst 3 en 1 weinig jargon. De bekendheid met de begrippen in de tekst lijkt een cruciale factor in het begrijpen van de teksten. Dit wordt bevestigd door het gegeven dat wanneer er aangegeven werd dat een respondent bij tekst 7 behoefte had aan meer informatie, het begrip 'zorgtoeslag' onduidelijk bleek. Niet alle respondenten konden aangeven wat 'toeslag' precies inhoudt. Ook dit gegeven duidt in de richting van het correspondentie criterium; de Belastingdienst gaat ervan uit dat dit begrip duidelijk is voor de lezer. Voor de Belastingdienst is het begrip 'toeslag' pseudojargon. Het begrip wordt daarom niet uitgelegd in de tekst. Uit het onderzoek blijkt echter dat ook bij een begrip als 'zorgtoeslag' uitleg gegeven moet worden.

4 Conclusie

4.1 Structurering van website

Burgers hebben behoefte aan meer informatie na het lezen van de teksten. De behoefte hangt niet samen met één specifieke variabele, maar lijkt veroorzaakt te worden door de moeite die burgers hebben met de teksten op de website. Ook kunnen burgers niet goed overweg met de structuur van de website. Meer dan de helft van de respondenten (56 procent) vindt hun weg niet op de website, omdat er te veel informatie op een pagina staat.

Een teveel aan informatie wordt als gebruiksonvriendelijk ervaren. Bij het zoeken moeten burgers uit te veel zoekresultaten een keuze maken. Dit probleem kunnen burgers niet ondervangen door specifiekere zoektermen te gebruiken, want dan geeft de zoekfunctie geen resultaten. Ook geeft de zoekfunctie geen relevante resultaten bij begrippen die burgers veelvuldig gebruiken als zoekterm. De zoekfunctie is dus niet adequaat ingesteld: de burger krijgt of te veel resultaten of belangrijke zoektermen ontbreken.

4.2 Begrijpelijkheid van webteksten

De respondenten vinden het vervelend wanneer een tekst niet is afgestemd op de lezer. De problemen die de respondenten hebben met de teksten zijn samen te vatten in drie punten:

1. Soms te veel, soms te weinig informatie

Burgers vinden dat ze te weinig (specifieke) informatie krijgen. Burgers geven aan behoefte te hebben aan meer uitleg in de vorm van voorbeelden. De voorbeelden zouden een specifieke situatie moeten beschrijven waarmee de burger te maken kan krijgen. Burgers geven aan dat ze dan beter kunnen inschatten wat er van ze verwacht wordt; ze voelen zich dan zekerder over hun handelen. Dit blijkt ook uit het gegeven dat een duidelijk voorbeeld altijd als een pluspunt wordt gezien. Als burgers opnoemden wat ze goed vonden aan de tekst, was een duidelijk voorbeeld vaak één van deze punten.

Het gebruik van meer voorbeelden lijkt in te druisen tegen het gegeven dat burgers niet overspoeld willen worden met informatie. Burgers geven aan dat ze niet te veel informatie willen krijgen, omdat ze zich dan geen weg kunnen banen door de hoeveelheid aan informatie. De burger wil niet veel informatie lezen, maar wil snel een antwoord op de vraag vinden.

Hoe kan de Belastingdienst de burger van meer uitleg en voorbeelden voorzien zonder deze te overspoelen met informatie? Een optie zou kunnen zijn om een tekst te beginnen met een kort antwoord, in één of twee zinnen. Dan wordt de burger niet overspoeld met informatie. Naast dit korte, algemene antwoord kan de Belastingdienst veel voorbeelden toevoegen. Een voorbeeld maakt de informatie namelijk specifieker, waardoor de burger zich zekerder voelt.

Door teksten zo op te bouwen is wellicht ook tegemoet te komen aan het spanningsveld tussen redacteur en fiscalist. Het korte antwoord zou gegeven kunnen worden in termen die nodig zijn om de kwestie juridisch correct te omschrijven. Direct daarna maken de voorbeelden de informatie begrijpelijk voor de burger. De voorbeelden worden opgesteld per specifieke situatie waar de burger mee te maken kan krijgen. Deze voorbeelden moeten in de tekst duidelijk gescheiden van elkaar worden weergegeven. Ook moeten in de voorbeelden zo min mogelijk termen worden gebruikt die specifiek te maken hebben met de Belastingdienst.

2. Niet duidelijk gescheiden informatie

Burgers ondervinden problemen met teksten als informatie door elkaar heen loopt of als het perspectief in de tekst wisselt. Ze geven aan dat informatie over verschillende onderwerpen goed van elkaar gescheiden moet worden. Bij de teksten *'het krijgen van een erfenis'* en *'het nalaten van een erfenis'* is deze scheiding niet duidelijk genoeg. De scheiding wordt op de website wel gemaakt, maar niet voldoende doorgevoerd. Afgezien van het gegeven dat een link uit het menu soms naar een verkeerde pagina verwijst, wordt het perspectief in de teksten door elkaar gehaald. Burgers kunnen niet bepalen wanneer er geschreven wordt aan de overledene en wanneer aan de nabestaande.

3. Ongedefinieerde begrippen

Burgers begrijpen veel termen niet die gebruikt worden op de website. Burgers begrijpen niet voldoende wat 'rente', 'depot' of 'zorgtoeslag' inhoudt. De Belastingdienst lijkt de termen niet te scharen onder jargon, maar onder pseudojargon. Pseudojargon wordt niet in de begrippenlijst opgenomen. Deze begrippen zouden wel moeten worden opgenomen, want burgers zijn op zoek naar een uitleg van deze termen. Als ze niet weten wat de termen betekenen, begrijpen ze de teksten niet. De Belastingdienst zou dus niet alleen het jargon, maar ook het pseudojargon moeten definiëren.

Dat de Belastingdienst ervan uitgaat dat bepaalde termen bekend zijn bij de burgers, sluit niet aan bij de inschatting die medewerkers maken van de respondenten. Medewerkers verwachtten dat burgers minder teksten zouden begrijpen dan ze daadwerkelijk doen. De Belastingdienst gaat er dus van uit dat termen bekend zijn, maar verwacht tegelijkertijd dat teksten slechter begrepen worden dan daadwerkelijk gedaan wordt. De Belastingdienst lijkt hierdoor de teksten niet goed af te kunnen stemmen op de burger. En burgers hebben problemen met de teksten als de teksten niet goed zijn afgestemd.

5 Bereik van het onderzoek

Het bereik van dit kwalitatieve onderzoek was kleinschalig. In het onderzoek bleven nog twee punten open. De punten worden gepresenteerd in paragraaf 5.1 en 5.2.

5.1 De wens om een tekst te verbeteren

De respondenten willen dat teksten verbeterd worden, omdat ze problemen hebben met de teksten. Uit onderzoeksvraag vijf kwam naar voren dat vier op de tien gelezen teksten verbeterd kunnen worden. Maar wanneer vinden de respondenten dat een tekst verbeterd moet worden? Als ze niet zeker zijn van hun antwoord of als ze een fout antwoord geven? Neemt de wens om een tekst te verbeteren af als de respondenten de teksten beter begrijpen?

De zekerheid van de respondent over het antwoord vertoonde geen samenhang met de wens om een tekst te verbeteren ($r=.13$, $p=.31$). Uit onderstaande Tabel 6 blijkt dat 70 procent van de respondenten vond dat tekst 3 verbeterd moest worden. Vraag 3, de vraag die ging over deze tekst, is dan ook het slechtst gemaakt. Uit Tabel 6 blijkt verder dat de respondenten bij vraag 10 het minst vaak (9 procent) aangaven dat de tekst verbeterd moest worden. Vraag 10 werd ook het beste gemaakt. Deze samenhang tussen het gegeven antwoord en de wens om een tekst verbeterd te zien worden, is echter niet significant ($r=.06$, $p=.62$).

Tabel 6 Aantal correcte antwoorden en aantal keer dat een tekst verbeterd kan worden (aantal keer aangegeven, maximum is 66 keer. Percentages staan tussen haakjes)

Taak	Correcte antwoorden	Tekst kan verbeterd worden
1	51 (77)	45 (68)
2	62 (91)	17 (26)
3	26 (41)	46 (70)
4	42 (66)	26 (39)
5	51 (77)	29 (44)
6	61 (92)	16 (24)
7	62 (95)	7 (11)
8	53 (80)	27 (41)
9	60 (91)	26 (39)
10	62 (97)	6 (9)

De wens om een tekst te verbeteren neemt dus niet af als de tekst beter begrepen wordt. Dit blijkt ook uit het gegeven dat de respondent op vier van de tien teksten iets heeft aan te merken, terwijl 80 procent van de vragen goed beantwoord werd. Teksten die de respondenten begrijpen, kunnen dus verbeterd worden. Het lijkt erop dat de respondenten de inhoud van de teksten begrijpen, maar dat de inhoud nog beter overkomt als deze anders gepresenteerd wordt. Dit onderzoek was echter te klein om daar uitspraken over te doen.

5.2 De contactbehoefte

Als burgers de teksten begrijpen, kan de vraag gesteld worden of het loont om de teksten te verbeteren. Nemen burgers minder contact op met de Belastingdienst als de teksten beter zijn? Tabellen 7 en 8 laten zien dat de behoefte aan contact met de Belastingdienst niet afhangt van het cijfer dat de respondenten aan de teksten gaven ($t(61)=0.04$, $p=.96$), het aantal correcte antwoorden ($t(62)=0.06$, $p=.96$) of de zekerheid van de respondent over het antwoord ($t(62)=0.53$, $p=.60$).

Tabel 7 Gemiddeld cijfer en aantal correcte antwoorden in relatie met behoefte aan contact (score is minimaal 1, maximaal 10; standaardafwijking staat tussen haakjes)

	behoefte aan contact	
	niet	wel
gemiddeld cijfer	5.93 (1.41)	5.94 (1.35)
correcte antwoorden	8.04 (1.68)	8.06 (1.16)

Tabel 8 Zekerheid over antwoorden in relatie met behoefte aan contact (score is minimaal 1, maximaal 7; standaardafwijking staat tussen haakjes)

	behoefte aan contact	
	niet	wel
zekerheid over antwoorden	5.77 (0.75)	5.86 (0.65)

De contactbehoefte van de respondenten blijft dus, onafhankelijk van andere variabelen, hoog. De contactbehoefte van burgers is niet minder bij teksten die ze begrijpen dan bij teksten die ze niet begrijpen. Het lijkt erop dat burgers een behoefte aan contact zullen blijven houden. Of deze behoefte aan contact even hoog blijft als de teksten verbeterd zijn, is niet duidelijk. Misschien dat de behoefte afneemt als burgers meer informatie tot hun beschikking hebben. Een volgend onderzoek zou kunnen uitwijzen of de contactbehoefte afneemt nadat is voldaan aan de aanbevelingen die worden gedaan in hoofdstuk 6.

6 Aanbevelingen

6.1 Algemeen

- De Belastingdienst zou in kunnen spelen op de hoge contactbehoefte van de burgers. Burgers geven aan behoefte te hebben aan een blog of een forum. Burgers willen via een online medium contact kunnen opnemen om zo in de informatiebehoefte te voorzien. De Belastingdienst zou meer en andere media kunnen inzetten om aan de informatiebehoefte van burgers tegemoet te komen.

6.2 Structurering van website

- Stel de zoekfunctie adequaat af. Meer zoektermen moeten een relevant resultaat opleveren.
- Categoriseer de zoekresultaten opdat ze duidelijk van elkaar te onderscheiden zijn op de website. Door bij elkaar horende zoekresultaten onder één kopje te zetten, kunnen de burgers gemakkelijker en sneller bepalen waar ze het antwoord op hun vraag kunnen vinden.

6.3 Begrijpelijkheid van webteksten

De grootste winst is te behalen op punten die betrekking hebben op het correspondentie criterium. De hier gegeven aanbevelingen hebben dan ook vooral betrekking op dit criterium. Houd bij het herschrijven van de teksten rekening met de volgende punten:

- Voorzie de burgers van concrete voorbeelden per mogelijke situatie. Neem bij elk onderwerp voorbeelden op. Het voorbeeld moet de informatie voor de burger begrijpelijker maken.
- Verwoord stukken tekst bondig. De burger geeft aan behoefte te hebben aan korte, maar krachtige stukken teksten. Een tekst zou in de eerste zin eigenlijk het antwoord moeten geven. De burger wil geen overvloed aan informatie, maar korte stukjes tekst.
- Breid de begrippenlijst uit. Niet alleen jargon, maar ook pseudojargon zou gedefinieerd moeten worden. Iedere vakterm, iedere term die specifiek terugslaat op de Belastingdienst moet opgenomen en uitgelegd worden in de begrippenlijst. Bovendien zullen de huidige definities van begrippen uit de index aangepast moeten worden. Ook bij de uitleg van begrippen hebben burgers behoefte aan meer informatie.
- Scheid informatie duidelijk van elkaar. Ofwel door aparte pagina's aan te maken of door kopjes duidelijk(er) aan te geven in lange teksten. De burger geeft aan niet alles te willen lezen; burgers willen alleen die informatie lezen die voor hen van belang is. Na het korte, maar algemene antwoord moeten aparte situaties duidelijk gemaakt worden.

Literatuurlijst

- B/CKC-team User Experience, Usability Lab (2010). Onderzoek naar gebruiksvriendelijkheid: internet, omzetbelasting. Utrecht: Belastingdienst.
- Belastingdienst (2010). Bedrijfplan 2011 Het huis op orde (en daarna).
- CBS Statline. (2010). ICT gebruik van personen naar persoonskenmerken [Data file en codeboek]. Geraadpleegd op: <http://statline.cbs.nl/StatWeb>
- Hendriks, W. (2003). Schrijven voor het beeldscherm: internet, content management systeem, intranet (3^e ed.). Den Haag, Holland: Sdu Uitgevers.
- Hermesen, H., Klaassen, I., en Van de Meer, A. (2006). Onderzoek begrijpelijkheid schriftelijke communicatie particulieren (definitief rapport OM2006I003). Belastingdienst/Centrum voor proces- productontwikkeling sector Onderzoek en marketing.
- Janssen, T., Klok, H., en Willems, N. (2008). Kanalenstrategie burgers 2.0 (document concept).
- Kuyper, J., & Van de Wetering, J. (2002). Het geheim van de drie poorten: een praktijkgerichte methode voor de verbetering van de correspondentie van de Belastingdienst. Den Haag: Belastingdienst.
- Renkema, J. (2005). Schrijfwijzer (vierde, aangepaste editie). Den Haag: Sdu Uitgevers
- Renkema, J., Roovers, C., en De Waele, C. (2005). *Belastingdienst ON LINE. Een onderzoek naar de tekstkwaliteit van digitale overheidscommunicatie*. Geraadpleegd op: http://janrenkema.nl/pdf/belastingdienst_on_line.pdf
- Tegeler, M.J., en Jansen, W. (2008). Deskresearch Vooronderzoek Verbeteren Diensten IH (memo O&M / 452 / I 0096).
- Van Driel, H. (2001). Digitaal communiceren (2^e ed.). Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Van Geel, A. (2003). *Advance Organizers en Hypertext – Een experimenteel onderzoek naar de invloed van aan links gekoppelde inhouds- en taakpreviews op de efficiëntie, effectiviteit en waardering van een elektronische handleiding* (doctoraalscriptie). Geraadpleegd op <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=46871>.

Bijlagen

A. Het CCC-model, aangepaste versie voor de respondenten

	Correspondentie	Consistentie	Correctheid
Teksttype	<p>1. geschiktheid <i>Past de tekstsoort bij het doel van de tekst?</i></p> <p><i>Vindt u de manier waarop de informatie overgebracht wordt, geschikt?</i></p>	<p>2. genrezuiverheid <i>Blijft het teksttype hetzelfde in de gehele tekst?</i></p> <p><i>Is de aard van de informatie duidelijk? (feiten, oordelen, vermoedens, mening)?</i></p>	<p>3. toepassing generegels <i>Passen de gebruikte woorden / termen bij het teksttype?</i></p> <p><i>Niet te veel activerende woorden als 'stuur uw aangifte op', 'drukt u hierop' in een informerende tekst?</i></p>
Inhoud	<p>4. voldoende informatie <i>Worden uw vragen beantwoord?</i></p> <p><i>Heeft u behoefte aan meer informatie?</i></p>	<p>5. overeenstemming tussen feiten <i>Staan er tegenstrijdigheden in de tekst?</i></p> <p><i>Worden begrippen en termen steeds op dezelfde manier gebruikt?</i></p>	<p>6. juistheid van gegevens <i>Zijn de gegevens in de tekst correct?</i></p> <p><i>Is de informatie controleerbaar?</i></p>
Opbouw	<p>7. voldoende samenhang <i>Is de volgorde van de aangeboden informatie 'logisch'?</i></p> <p><i>Zijn hoofd- en bijzaken duidelijk onderscheiden?</i></p>	<p>8. consequente opbouw <i>Staan de zaken die bij elkaar horen, bij elkaar?</i></p> <p><i>Komt de inhoud overeen met het kopje?</i></p>	<p>9. correcte verbindingswoorden <i>Worden zinnen op de juiste manier aan elkaar gekoppeld?</i></p> <p><i>Worden de woorden 'en', 'want', 'omdat' enz. op de juiste manier gebruikt?</i></p>
Formulering	<p>10. gepaste formulering <i>Behoeven woorden een extra uitleg?</i></p> <p><i>Vindt u de tekst: te vaag / te gedetailleerd te beknopt / te uitgebreid</i></p>	<p>11. eenheid van stijl <i>Worden dezelfde woorden / constructies gebruikt in de tekst?</i></p> <p><i>Staat er in de tekst hetzelfde op verschillende manieren (is er eenheid in terminologie)?</i></p>	<p>12. correcte zinsbouw en woordkeus <i>Staan er in de tekst woorden die niet kloppen in de zin?</i></p> <p><i>Bent u halverwege een zin de weg kwijt? Weet u halverwege de zin niet meer wat u aan het lezen bent?</i></p>
Presentatie	<p>13. gepaste presentatie <i>Worden afbeeldingen en tabellen enz uitgelegd?</i></p> <p><i>Kan de lezer snel iets terugvinden?</i></p>	<p>14. afstemming van tekst en vormgeving <i>Ondersteunen illustraties (afbeeldingen, tabellen enz.) de tekst?</i></p> <p><i>Kloppen de verwijzingen naar andere tekstonderdelen?</i></p>	<p>1. correcte spelling en interpunctie <i>Is de spelling correct?</i></p> <p><i>Zijn komma's en punten juist geplaatst?</i></p>

B. Het onderzoeksontwerp

1. Algemene vragen

- Geslacht
- Leeftijd
- Hoogst afgeronde opleiding?
- Heeft u voor de Belastingdienst gewerkt?
- Heeft u een huis gekocht?
- Zo ja, hoe lang is dat geleden
- Heeft u een keer de belastingzaken geregeld naar aanleiding van een sterfgeval?
- Heeft u een keer digitaal aangifte gedaan?
- Bent u bekend met de website www.belastingdienst.nl?
- Hoe vaak bezoekt u de website?
- Waarvoor gebruikt u de website?
 - aangifte doen
 - brochures aanvragen
 - informatie over een fiscaal onderwerp opzoeken
 - informatie over de organisatie opzoeken

2. De gebruiksvriendelijkheid van de websitestructuur

Heeft de respondent een plan van aanpak of begint de respondent zonder plan met zoeken?

Hoe begint de respondent met zoeken? In het menu of met het intikken van een zoekterm in de zoekbalk?

Welke zoektermen gebruikt de respondent?

Arriveert de respondent binnen twee minuten op de juiste pagina?

Wat merkt de respondent op?

3. De begrijpelijkheid van de teksten

Heeft de respondent de vraag correct beantwoord?

Ja

Nee

Hoe zeker is de respondent van het antwoord?

Kan de tekst beter volgens de respondent?

Ja

Nee

Op welke van de vijftien ijkpunten uit het CCC-model (Renkema, 1995) kan de tekst verbeterd worden?

Kan de Belastingdienst de tekst in de huidige vorm gebruiken bij andere burgers?

Ja

Nee

Waarom niet?
Gebruik de vijftien ijkpunten uit het CCC-model (Renkema, 1995) om een antwoord te formuleren

4. De algemene tevredenheid met de teksten

Hoe groot is de kans dat u contact zult opnemen voor extra informatie?

- zeer zeker niet
- waarschijnlijk niet
- misschien
- waarschijnlijk wel
- zeer zeker wel

Vindt u:

de teksten duidelijk?	de toon in de teksten vriendelijk?	de toon in de teksten aardig?
0 zeer zeker niet	0 zeer zeker niet	0 zeer zeker niet
0 waarschijnlijk niet	0 waarschijnlijk niet	0 waarschijnlijk niet
0 misschien	0 misschien	0 misschien
0 waarschijnlijk wel	0 waarschijnlijk wel	0 waarschijnlijk wel
0 zeer zeker wel	0 zeer zeker wel	0 zeer zeker wel
de teksten rommelig?	de toon in de teksten gebiedend?	de toon in de teksten arrogant?
0 zeer zeker niet	0 zeer zeker niet	0 zeer zeker niet
0 waarschijnlijk niet	0 waarschijnlijk niet	0 waarschijnlijk niet
0 misschien	0 misschien	0 misschien
0 waarschijnlijk wel	0 waarschijnlijk wel	0 waarschijnlijk wel
0 zeer zeker wel	0 zeer zeker wel	0 zeer zeker wel
de teksten overzichtelijk?		
0 zeer zeker niet		
0 waarschijnlijk niet		
0 misschien		
0 waarschijnlijk wel		

Ik vind de informatie in de teksten

mager	1 2 3 4 5 6 7	toereikend
bruikbaar	1 2 3 4 5 6 7	nutteloos
overbodig	1 2 3 4 5 6 7	handig
duidelijk	1 2 3 4 5 6 7	vaag

Ik vind de opbouw van de teksten

rustig	1 2 3 4 5 6 7	druk
warrig	1 2 3 4 5 6 7	duidelijk
strak	1 2 3 4 5 6 7	overdadig
vaag	1 2 3 4 5 6 7	helder

Ik vind de formulering in de teksten

stroef	1 2 3 4 5 6 7	soepel
modern	1 2 3 4 5 6 7	ouderwets
complex	1 2 3 4 5 6 7	eenvoudig
beknopt	1 2 3 4 5 6 7	omslachtig

Wat voor cijfers zou u de teksten van de Belastingdienst geven?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Hebt u nog vragen en/of opmerkingen over de teksten van de Belastingdienst?

Hebt u nog vragen en/of opmerkingen over het onderzoek?

Begrijpelijkheid

Taak:

Wat is het antwoord van de respondent op de vraag?

.....
.....
.....
.....

Is dit antwoord correct?

ja / nee

Hoe zeker is de respondent van het antwoord?

(1= zeer onzeker, 4= neutraal, 7 = zeer zeker)

1 ---- 2 ---- 3 ---- 4 ---- 5 ---- 6 ---- 7

Kan de tekst beter volgens de respondent?

ja / nee

Zo ja, hoe? (denk aan de vijftien ijkpunten uit CCC-model)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Kan de Belastingdienst de tekst in de huidige vorm gebruiken bij andere burgers volgens de respondent?

ja / nee

Zo nee, waarom niet? (denk aan de vijftien ijkpunten uit CCC-model)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

D. (nieuwbouw)Woning aanschaffen

De taken

Stelt u zich voor dat

u wilt verhuizen uit uw appartement. Het appartement hebt u drie jaar geleden gekocht, maar is nu te klein. U hebt een nieuwbouwhuis op het oog. De plannen voor de bouw van het nieuwbouwhuis zijn gemaakt en goedgekeurd. Volgende maand kunt u de koopovereenkomst tekenen. Om de koop van het nieuwbouwhuis te bekostigen, wilt u een hypotheek afsluiten. Voordat u naar de hypotheekadviseur gaat, wilt u echter alvast wat informatie verzamelen op het internet. U doet dit op de website van de Belastingdienst: www.belastingdienst.nl. Allereerst wilt u graag weten hoe het zit met de hypotheekrenteaf trek.

1. Wat is 'hypotheekrenteaf trek'?

2. Een hypotheek afsluiten, houdt in dat u een lening bij een bank afsluit. Over de lening moet u rente betalen aan de bank. Onder bepaalde voorwaarden zijn deze kosten aftrekbaar. U wilt in kaart brengen waar u allemaal rekening mee moet houden. Wat mag u allemaal aftrekken? Ook uw nieuwe auto die u tegelijkertijd koopt met het huis en bekostigt van de hypotheek?

3. U betaalt niet alleen rente aan de bank, u ontvangt ook rente-inkomsten over de hypotheek. Het geldbedrag staat immers bij u op een rekening. Hoe moet u deze inkomsten opgeven bij de belastingdienst?

4. Op dit moment heeft u al een aardig inzicht gekregen in de hypotheekrenteaf trek. Dan komt u iemand tegen die u wijst op een speciale regeling voor het kopen van een nieuwbouwhuis. U wilt graag weten waar deze persoon het over had en gaat op zoek op de website van de Belastingdienst. Hoe luidt de speciale regeling?

5. Als u de koopovereenkomst getekend heeft, komen de eerste rekeningen binnen. De verkoper is begonnen met het bouwen van het huis en berekent u de eerste kosten door. U ziet op de nota staan dat de verkoper u rente doorberekent. Doordat de verkoper kosten maakt, loopt hij rente-inkomsten mis. Het geld dat hij uitgeeft staat immers niet meer op zijn rekening. Zijn de rentekosten die de verkoper u doorberekent aftrekbaar?

De antwoorden

1. Wat is 'hypotheekrenteaf trek'?

De hypotheekrenteaf trek is een belastingmaatregel waarmee de kosten van de financiering van de eigen woning fiscaal aftrekbaar worden gemaakt. De verwachting is hierbij dat de drempel om een woning aan te schaffen verlaagd wordt.

Op de website van de Belastingdienst wordt de term niet gebruikt. De Belastingdienst gebruikt in plaats van 'hypotheekrenteaf trek' 'eigenwoningschuld': "De eigenwoningschuld is het bedrag dat u hebt geleend voor de eigen woning en waarover u de rente mag aftrekken."

Belastingdienst > particulier > woning > aftrek hypotheekrente en andere kosten woning > rente en kosten voor de eigen woningschuld

http://www.belastingdienst.nl/particulier/alsueenwoningkoopt/alsueenwoningkoopt-02.html#P29_1748

Of:

Belastingdienst > particulier > woning > u koopt een woning > welke kosten mag u aftrekken? > rente en kosten voor de eigen woningschuld

http://www.belastingdienst.nl/particulier/alsueenwoningkoopt/alsueenwoningkoopt-01.html#P19_1212

2. Wat mag iemand aftrekken van de hypotheekrente?

Hypotheekrente is een rente die je aan de hypotheekverschaffer betaalt. Dit gaat volgens hetzelfde principe als geld lenen bij bijvoorbeeld een bank. Je leent geld van de bank en daarover betaal je rente aan de bank.

De rente en kosten die iemand betaalt voor de eigenwoningschuld (= hypotheek) zijn aftrekbaar voor zover de lening is gebruikt voor aankoop, verbouwing of onderhoud van de eigen woning of voor de afkoop van erfpacht. Als (een gedeelte van) de lening wordt gebruikt voor andere doeleinden, zijn de rente en kosten niet aftrekbaar. Het deel van de hypotheek dat gebruikt wordt om een auto aan te schaffen, mag dus niet worden afgetrokken.

Belastingdienst > particulier > woning > aftrek hypotheekrente en andere kosten woning > rente en kosten voor de eigen woningschuld

http://www.belastingdienst.nl/particulier/alsueenwoningkoopt/alsueenwoningkoopt-02.html#P29_1748

Of:

Belastingdienst > particulier > woning > u koopt een woning > welke kosten mag u aftrekken? > rente en kosten voor de eigen woningschuld

http://www.belastingdienst.nl/particulier/alsueenwoningkoopt/alsueenwoningkoopt-01.html#P19_1212

Of:

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > wonen > aftrekbare kosten uit eigen woning > eigenwoningschuld

http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/wonen/wonen-10.html#P182_16299

3. Hoe geeft u de ontvangen rente-inkomsten over uw hypotheek op?

Rente-inkomsten opgeven in box 3.

De hele hypotheek (het gehele bedrag) wordt niet altijd in één keer uitgegeven. Vooral bij de aankoop van een nieuwbouwhuis geldt dat de betaling meestal in fases gebeurt. De hypotheek ontvangt men vaak wel in één keer. Dit betekent dat men een periode geld (verkregen uit de hypotheek) op de rekening heeft staan dat niet direct uit hoeft te worden gegeven. Over dit bedrag ontvangt men rente-inkomsten, net als dat je rente-inkomsten ontvangt over je spaargeld. Deze rente-inkomsten moeten worden aangegeven bij de Belastingdienst.

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > sparen en beleggen > aangeven bezittingen box 3

http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/sparen_beleggen/sparen_beleggen-12.html#P129_11950

4. Hoe luidt de speciale regeling?

Tweejaarsregeling voor nieuwbouwdetot.

Als het geleende bedrag op een aparte rekening staat die speciaal voor de bouw van de woning is geopend, heet dat een nieuwbouwdetot. De rente en financieringskosten van het nieuwbouwdetot mogen dan gedurende maximaal 2 jaar volledig afgetrokken worden. De tweejaarstermijn begint op het moment van ondertekening van de koopovereenkomst.

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > wonen > aftrekbare kosten eigen woning > verbouwinglening > tweejaarsregeling

http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/wonen/wonen-13.html#P223_20214

5. Zijn de rentekosten die de verkoper u doorberekent aftrekbaar?

Bouwrente is aftrekbaar na het sluiten van de voorlopige koopovereenkomst.

Bouwrente is rente die iemand moet betalen aan de aannemer tijdens de bouw van de woning. De rente die men aan de aannemer betaalt tot de datum van de voorlopige koopovereenkomst is niet aftrekbaar. Bouwrente wordt ook wel uitstelrente genoemd.

Belastingdienst > particulier > woning > u koopt een woning > welke kosten mag u aftrekken > eenmalig aftrekbare kosten

<http://www.belastingdienst.nl/particulier/alsueenwoningkoopt/alsueenwoningkoopt-04.html>

Of:

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > uitleg fiscale begrippen > letters A – B > bouwrente

<http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/begrippen/begrippen-31.html>

Of:

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > uitleg fiscale begrippen > letters R - U > uitstelrente

http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/begrippen/begrippen-211.html#P1185_68781

E. Overlijden

De taken

Stelt u zich voor dat.....

u samenwoont met een vaste partner. U bent niet getrouwd en hebt geen samenlevingscontract en bent geen geregistreerd partnerschap aangegaan. Door een tragisch ongeval komt uw vaste partner te overlijden. Hij/zij heeft geen testament opgemaakt.

- 1. U vraagt zich af of u erft gezien de manier waarop u samenleefde met uw partner. U bent niet getrouwd en nergens staat geregistreerd dat u de partner was van de overledene. Hebt u in uw situatie recht op een erfenis van uw overleden partner?*
- 2. Volgens de door de Belastingdienst gehanteerde definitie waren u en uw partner toeslagpartners. Het overlijden van uw partner heeft daarom direct gevolgen voor uw zorgtoeslag. Hoe moet u het overlijden van uw partner aangeven bij de Belastingdienst?*
- 3. Twee maanden voor zijn/haar overlijden, heeft uw partner u een geldbedrag geschonken. Het bedrag dat hij/zij u geschonken heeft, was in de vorm van een gift. Hij/zij kon het bedrag u belastingvrij schenken. Moet u, nu uw partner overleden is, belasting betalen over dit bedrag?*
- 4. U wilt de aangifte van uw overleden partner regelen. Ga er nu van uit dat u en uw partner het hele jaar fiscale partners waren. Het liefste werkt u digitaal. U wilt alle belastingzaken graag zo snel mogelijk afhandelen. Kunt u op elk moment van het jaar digitaal de aangifte van de overledene regelen?*
- 5. Een jaar later komt een vriend te overlijden. Deze vriend komt oorspronkelijk uit Nederland, maar woonde al vijftien jaar in Frankrijk. De vriend schenkt u een bepaald geldbedrag. Moet u over dit bedrag in Nederland erfbelasting betalen?*

De antwoorden

1. Heeft u recht op een erfenis van uw partner?

Nee.

Samenwoners erven niet automatisch van elkaar. Zonder kinderen en testament gaat de erfenis van de overledene naar zijn ouders, broers en zussen.

Belastingdienst > particulier > winst, vermogen en belang > u laat een erfenis na > erfrecht > samenwonen en erven

http://www.belastingdienst.nl/particulier/erven/erven-06.html#P67_8104

Of:

Belastingdienst > particulier > winst, vermogen en belang > u laat een erfenis na > erfrecht > echtgenoot of geregistreerd partner en bloedverwanten erven

http://www.belastingdienst.nl/particulier/erven/erven-03.html#P29_2310

2. Hoe moet u het overlijden van uw partner aangeven?

Het hoeft niet te worden aangegeven dat een partner overleden is.

Als de partner is overleden, hoeft dit niet worden doorgegeven. De gemeente geeft dit namelijk aan de Belastingdienst door.

Toeslagen > zorgtoeslag > meer over zorgtoeslag > ik wil een wijziging doorgeven > welke wijzigingen? > er is iemand overleden

http://www.toeslagen.nl/particulier/zorgtoeslag2011/zorgtoeslag_wijziging_doorgeven/zorgtoeslag_wijziging_doorgeven-09.html#P146_12429

3. Moet u belasting betalen over het bedrag dat uw partner u geschonken heeft twee maanden geleden?

Ja.

Schenken die binnen 180 dagen vóór het overlijden zijn gedaan, gelden voor de erfbelasting als erfenis. Over deze schenkingen moet dus erfbelasting worden betaald. (De schenkbelasting die eerder over deze schenkingen is betaald, wordt verrekend met de erfbelasting.)

Belastingdienst > particulier > winst, vermogen en belang > u krijgt een schenking > schenkingen en de gevolgen voor uw erfenis

http://www.belastingdienst.nl/particulier/schenken/schenken-07.html#P73_7211

4. Kunt u op elk moment van het jaar digitaal de aangifte van de overledene regelen?

Nee.

Als iemand aangifte wil doen voor een overleden partner of huisgenoot met het aangifteprogramma kan diegene dat pas na afloop van het jaar doen. Het aangifteprogramma kan namelijk alleen gebruikt worden als de twee het hele jaar als elkaars fiscale partner werden beschouwd, dus ook de tijd na het overlijden.

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > fiscaal partnerschap > uw echtgenoot, partner of huisgenoot is in 2010 overleden

http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/fiscaal_partnerschap/fiscaal_partnerschap-12.html

Of:

Belastingdienst > particulier > aangifte doen, belasting betalen of terugvragen > alles over aangifte 2010 > aangifte 2010 > aangifte doen voor een overledene

http://www.belastingdienst.nl/particulier/aangifte2010/aangifte_2010/aangifte_2010-22.html#P279_24465

5. Moet u over het bedrag dat uw vriend, die woonachtig is in het buitenland, u schenkt in Nederland erfbelasting betalen?

Nee.

Als de overledene een Nederlander was en op het moment van overlijden meer dan tien (10) jaar in het buitenland woonde, hoeft in Nederland geen erfbelasting betaald te worden.

Belastingdienst > particulier > winst, vermogen en belang > u krijgt een erfenis > erfbelasting > bijzondere situaties waarin u geen erfbelasting hoeft te betalen > de overledene woonde in het buitenland

http://www.belastingdienst.nl/particulier/erven/erven-18.html#P196_20663
