

Beeldbrieven: zó werkt het

Hoe maak je een burgerbrief begrijpelijk?



Beeldbrieven: zó werkt het!

Voor veel mensen zijn brieven van de overheid te moeilijk. Rotterdam maakt daarom sinds enkele jaren gebruik van beeldbrieven: brieven in voor iedereen duidelijke taal, in een overzichtelijke en logische opmaak en mét gebruik van foto's om zaken toe te lichten. Deze werd uitgebreid getest bij de doelgroep. Deze brieven worden goed ontvangen. Bij het maken van een dergelijke beeldbrief komt nogal wat kijken. In deze whitepaper leggen we de principes en de diverse stappen uit om tot een goede beeldbrief te komen en laten we zien wat wel én niet werkt om van een beeldbrief een succes te maken.

Over inclusie en begrijpelijkheid

Rotterdam staat voor een inclusieve samenleving. Dat betekent dat iedere Rotterdammer volwaardig meetelt: ongeschoold en hoogopgeleid, arm en rijk, jong en oud, verstandelijk of lichamelijk beperkt of niet, etc. In de communicatie van de gemeente met haar inwoners houden we daar rekening mee. Zo willen we dat liefst iedereen een brief van de gemeente kan begrijpen, zonder hulp van anderen.

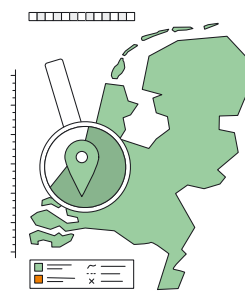
Om die reden zijn we aan het werk gegaan deze 'burgerbrieven' zó te verbeteren, dat nagenoeg iedereen de inhoud snapt. Omdat tekst, beeld en vormgeving daaraan kunnen bijdragen, hebben we dat samen met een tekstschrijver, een vormgever en veel betrokken collega's gedaan. Een testpaneel met een dwarsdoorsnede van Rotterdammers heeft ons daarbij geholpen. Zij adviseerden ons over teksten, gebruikte beelden en opmaak. Zo konden we proefbrieven steeds verder verbeteren.


Inmiddels zijn de eerste 'beeldbrieven' klaar en in gebruik. Omdat de gemeente veel verschillende brieven verstuurt, kunnen er nog veel brieven worden aangepast.


Over laaggeletterdheid

We hebben ons in eerste instantie vooral gericht op mensen die moeite hebben met lezen en schrijven en/of rekenen.

Laaggeletterden op landelijk niveau



 1,8 miljoen mensen tussen 12 en 65 jaar hebben moeite met lezen en schrijven. Dat is ongeveer 12% van de bevolking.

 De provincie Zuid-Holland telt relatief veel laaggeletterden.

In grote steden ligt het percentage nóg hoger. Het onderwerp speelt in Rotterdam dus extra sterk.

Laaggeletterden in Rotterdam



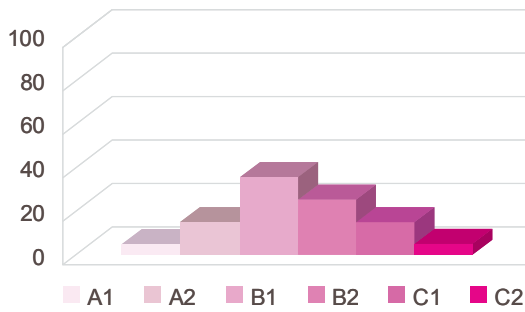
 De schatting¹ is dat zo'n 80.000 tot 96.500 Rotterdammers tussen 16 en 65 jaar laaggeletterd zijn.

 In sommige wijken ligt het percentage laaggeletterdheid zelfs boven de 30%.

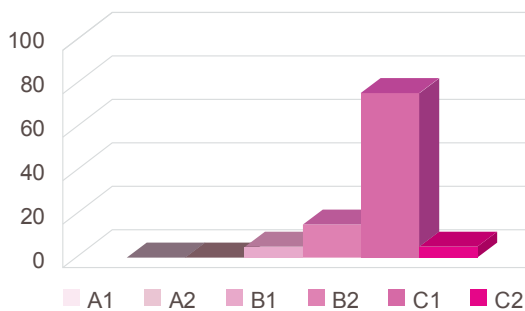
Veel laaggeletterden hebben ook moeite met cijfermatige informatie. Daarbij komt dat wie moeite heeft met lezen, vaak ook problemen heeft met digitale informatie op websites en/of het communiceren per computer.

¹ <https://www.rotterdam.nl/wonen-leven/onderzoek-laaggeletterdheid/>

Bevolking



Teksten



In totaal gaat het om zo'n 2,5 miljoen mensen. Ongeveer een kwart van de laaggeletterden valt in de categorie 'zeer laag geletterd'².

In Nederland geven we de moeilijkheid van een tekst aan met een leesniveau. A1 staat voor 'zeer eenvoudig', C2 voor 'zeer moeilijk'. Een tekst die door 80% van de bevolking is te lezen, heeft leesniveau B1. Een groot misverstand is dat 'B1' het niveau is voor laaggeletterden. Voor deze doelgroep is een tekst met een dergelijk niveau nog steeds te hoog gegrepen. Overigens: veruit de meeste teksten hebben het niveau 'C1', oftewel 'moeilijk'.

Gemeenten communiceren veel met groepen waarin het percentage laaggeletterden hoger ligt dan het landelijk gemiddelde. Zeker als het onderwerp 'uitkering' of 'schulden' betreft. Binnen de groep van mensen met problematische schulden is bijvoorbeeld 50% laaggeletterd. Met andere woorden: de helft van de mensen met problematische schulden begrijpt een brief op B1-niveau niet!

De gemeente Rotterdam ondersteunt allerlei projecten die erop gericht zijn mensen (beter) te leren lezen, maar ook de gemeente zelf moet zich aanpassen. Daarom is de gemeente brieven gaan maken die vrijwel iedereen begrijpt. Daar heeft de gemeente zélf ook voordeel van. Mensen die een brief begrijpen, stellen immers minder vragen aan de gemeente. Ook doen zij eerder en sneller wat er van hen gevraagd wordt, zoals een betaling doen of een formulier opsturen. Wie een brief niet begrijpt, legt deze al snel weg. Daardoor moet de gemeente hen een herinnering sturen of via een incasso geld innen.

² [https://www.lezenenschrijven.nl/uploads/editor/Laaggeletterdheid_in_Kaart_\(2014\).pdf](https://www.lezenenschrijven.nl/uploads/editor/Laaggeletterdheid_in_Kaart_(2014).pdf)

Daarnaast gebruiken we in de nieuwe brieven ook beeld om iets uit te leggen. Veel mensen snappen iets eerder wanneer dit (óók) in beeld te zien is. We hebben gekozen voor (kleuren)foto's en niet voor pictogrammen, iconen of tekeningen. Uit testen bleek dat deze laatste verschillend werden uitgelegd en foto's niet. Onze ervaring is wel dat foto's functioneel moeten worden gebruikt. Dus om acties te stimuleren, zoals bellen, digitaal een afspraak maken of om concrete 'dingen' mee te nemen, zoals een bankpas of een serie pasfoto's. Gebruik beelden als call-to-actions. Niet alles is in beeld te vangen.

Over (on)begrijpelijke brieven en de rol van opmaak / beeld

In de oude brieven staat vaak (te) veel informatie met tal van bijzaken of uitzonderingen en veel ongebruikelijke woorden, lange woorden of moeilijke begrippen. De brieven bevatten vaak lange zinnen en er wordt een klein lettertype gebruikt. Zaken waar laaggeletterden moeite mee hebben en waar eigenlijk niemand op zit te wachten. Het zijn allemaal zaken waar we wat aan kunnen doen: minder informatie, kortere teksten, geen bijzaken, alledaags taalgebruik, korte zinnen en een overzichtelijke opmaak met duidelijke koppen en een grotere letter. Zo wordt een brief al veel eenvoudiger.

Eenvoud is iets anders dan 'kinderlijk'. Iederéén wil een eenvoudige, duidelijke brief, maar niemand wil op een betuttelende manier worden aangesproken. Daarom gebruiken we duidelijke en eenvoudige taal, die ook volwassen, vriendelijk en respectvol. De manier waarop iemand bejegend wordt, speelt een belangrijke rol in de vraag of iemand iets met deze brief gaat doen, of hem weglegt.

Aandacht trekken maakt minder begrijpelijk

Lengte, opmaak, taalgebruik, toonzetting, beeldgebruik, lettertype en volgorde spelen allemaal een rol in het begrijpelijk(er) krijgen van een brief. In testen met het panel ontdekten we ook dat tekstkaders en kleurvlakken, uitroeptekens, pijltjes en symbolen een brief onrustiger maken en daardoor juist weer minder begrijpelijk. Lezers uit het testpanel sloegen een omkaderde tekst bijvoorbeeld over. Of zij snapten niet waarom ergens met een pijltje aandacht op gevestigd werd. Ook een telefoonnummer in een afwijkende kleur werd door veel testers niet gezien. Witruimte brengt rust in een brief en dat draagt juist wél bij aan de toegankelijkheid. Verder hadden veruit de meeste testers een grote voorkeur voor kleurenfoto's boven zwart/witfoto's.

Wat verstaan we onder een beeldbrief?

Een beeldbrief is een brief die in een korte, duidelijke tekst door middel van ondersteunend beeld de inhoud van de brief aan een lezer overbrengt. Een beeldbrief verduidelijkt en benadrukt de belangrijke elementen uit een brief (wat moet ik doen? Wat moet ik meenemen?). Het is geen brief waar beeld aan is toegevoegd om het geheel gezelliger te maken. Beeld heeft een communicatieve functie en kan niet los worden gezien van de bijbehorende tekst. Welk verschil dat maakt, blijkt uit de voorbeelden op deze pagina.

De Rotterdamse huisstijl leent zich goed voor het opzetten van een beeldbrief: een eenvoudige, platte vormgeving (nuchtere typografie met rechthoe-rechtaan opmaak) op een witte basis vormt de kern. De uitgangspunten voor een beeldbrief sluiten daar naadloos op aan. Lettertype, opmaak- en beeldkeuzes passen precies in de door de gemeente Rotterdam omschreven huisstijlregels.

Hieronder twee voorbeelden van dezelfde brief waarin duidelijk wordt wat de toegevoegde waarde is van een beeldbrief.

Oorspronkelijke brief

De hieronder getoonde brief met de vraag om het reisdocument op tijd te verlengen, was lang en ingewikkeld. De grote blokken tekst vormden een struikelblok voor laaggeletterden die deze brief al snel naast zich neer zullen leggen.



Oorspronkelijke brief Reisdocument verlengen

Opgeleverde beeldbrief

In onderstaande beeldbrief is de tekst teruggebracht tot de essentie.



Opgeleverde beeldbrief Reisdocument verlengen

Maak altijd duidelijk wat je van de ontvanger wil. Ook als die niets hoeft te doen. Maak dat dan duidelijk: 'Geldt dit niet voor u? Dan hoeft u niets te doen.'

Een brief moet geen (nieuwe) vragen oproepen. Verwijs bijvoorbeeld in de brief niet naar een contactpersoon als het onduidelijk is wie deze contactpersoon voor de ontvanger is of hoe hij/zij daar achter kan komen.

Voorbeeld beeldbrief voor de gemeente Rotterdam

Oude situatie: bijsluiter gemeenteraadverkiezingen Rotterdam 2014



In deze bijsluiter worden veel verschillende kleuren gebruikt. Daarnaast wordt er op veel manieren om aandacht gevraagd: door het gebruik van kaders, vetgedrukte of gehigh-lighte tekst en de toevoeging van beeld die niet verduidelijkt wat burgers moeten doen.

Op woensdag 19 maart gaan Rotterdammers naar de stembus. Er zijn dan verkiezingen voor de gemeenteraad en de veertien gebiedscommissies. Maak gebruik van uw stemrecht en kies uw Rotterdamse vertegenwoordigers voor de komende vier jaar.

Waar stem ik voor?

1. Gemeenteraad
De gemeenteraad vertegenwoordigt de Rotterdammers, vormt het algemeen bestuur en is het hoogste bestuursorgaan van de gemeente. De raad geeft richting aan het beleid door het vaststellen van de grote beleidslijnen. De gemeenteraad controleert het college van burgemeester en wethouders (B&W). Het college vormt het dagelijks bestuur, voert de beleidslijnen uit en legt hierover verantwoording af aan de gemeenteraad.

2. Gebiedscommissies
Rotterdam heeft een nieuw bestuurlijk model. De gebiedscommissies zijn nieuw en komen in de plaats van de deelgemeenten. Rotterdam krijgt hiermee één bestuur en één (compactere) organisatie. De gebiedscommissie heeft als belangrijke taak om ideeën uit de buurt te verzamelen en bewoners beter te betrekken bij plannen voor de wijk. De gebiedscommissie:

- adviseert het bestuur van de stad;
- legt ideeën uit de wijk voor aan de gemeenteraad;
- controleert of de plannen die door de gemeenteraad zijn goedgekeurd, ook écht worden uitgevoerd.

In de gebiedscommissie kunnen ook mensen komen die niet lid zijn van een politieke partij. Dankzij de gebiedscommissie krijgen Rotterdammers meer invloed op de besluitvorming en weet de gemeente beter wat er nodig is in de buurten. Meer informatie over de nieuwe gebiedscommissies vindt u op www.rotterdam.nl/gebiedscommissies.

Op wie kan ik stemmen?
Uiterlijk op **14 maart 2014** krijgt u de kandidatenlijsten voor de verkiezingen gemeenteraad en gebiedscommissies thuisbezorgd. Uit deze lijsten kiest u op wie u gaat stemmen.

Waar kan ik stemmen?
Met de stempas voor de gemeenteraad en uw identiteitsbewijs kunt u stemmen in een stembureau naar keuze in Rotterdam.

Let op! Stemmen op de gebiedscommissie kan alleen bij een stembureau in het gebied waar u woont (voorheen deelgemeente). Op de stempas staat in welk gebied u mag stemmen. Het dichtstbijzijnde stembureau waar u uw stem kunt uitbrengen, staat op de stempas aangegeven. Vergeet niet uw identiteitsbewijs mee te nemen.

Wilt u een andere kiezer voor u laten stemmen?
Als u niet naar het stembureau kunt komen, kunt u een andere kiezer voor u laten stemmen. U moet die persoon dan machtigen. Dit kan als volgt:

Volmacht via achterkant stempas
Vul het volmachtbewijs op de achterkant van uw stempas in en geef uw stempas en een kopie van uw identiteitsbewijs mee aan de kiezer die uw stem uitbrengt. *Let op! Dit kan alleen als de persoon die uw stem uitbrengt ook een Rotterdamse stempas heeft ontvangen en tegelijkertijd ook zelf stemt. Voor de gebiedscommissie kunt u alleen iemand machtigen die in hetzelfde gebied woont.*

Beeldbrief gemeenteraadverkiezingen Rotterdam 2018

010

**21 maart 2018
Verkiezingen
in Rotterdam**

Gemeenteraad
Gebiedscommissie of wijkraad
Referendum

Op welke kandidaten kan ik stemmen?
Op de kandidatenlijsten ziet u op wie u kunt stemmen.
U ontvangt de kandidatenlijsten een week voor de verkiezingen.

Stemmen in een andere gemeente
Voor het referendum kunt u ook in een andere gemeente stemmen. U heeft dan wel een kiezerspas nodig. Deze kunt u tot uiterlijk 16 maart aanvragen op Rotterdam.nl/verkiezingen

Wat moet ik doen als ik mijn stempas kwijt ben?
U kunt tot 20 maart 12.00 uur bij de verkiezingsbalie van Librijsteeg 2 een nieuwe stempas aanvragen. Neem uw identiteitsbewijs mee.

Heeft u nog vragen?
Voor meer informatie over de verkiezingen kunt u kijken op Rotterdam.nl/verkiezingen of bellen naar 14010.

010 21 maart 2018
Verkiezingen in Rotterdam
Gemeenteraad
Gebiedscommissie of wijkraad
Referendum

De nieuwe opzet straalt rust uit. Belangrijke mededelingen worden in koppen meegedeeld en door de heldere en rustige lay-out word je van boven naar beneden en van links naar rechts door de tekst heen geleid.

<p>21 maart 2018 zijn er in Rotterdam 3 verkiezingen</p> <p>Hoeveel stempassen u heeft gekregen hangt af van uw leeftijd én welke nationaliteit u heeft. Met de stempas(sen) die u heeft ontvangen kunt u stemmen voor:</p> <p>De gemeenteraad De gemeenteraad vertegenwoordigt alle Rotterdammers en beslist over alle belangrijke zaken die in de stad spelen.</p> <p>Gebiedscommissie of wijkraad Uw gebiedscommissie of wijkraad houdt zich bezig met uw gebied of wijk en doet voorstellen aan de gemeenteraad. In 2018 mogen 16- en 17-jarigen voor het eerst hiervoor stemmen.</p> <p>Het referendum Het referendum gaat over de wijzigingen in de Wet op de inlichtingen- en veiligheidsdiensten. U stemt voor of tegen.</p> <p>Wat neem ik mee om te stemmen?</p> <p>Uw stempas(sen) U mag alleen stemmen voor de verkiezing(en) waarvoor u een stempas heeft.</p> <p>Uw geldige identiteitsbewijs Welke identiteitsbewijzen zijn toegestaan vindt u op Rotterdam.nl/verkiezingen</p>	<p>Hoe kan iemand anders voor mij stemmen?</p> <p>Volmacht via achterkant stempas U kunt iemand anders machtigen door de achterkant van de stempas in te vullen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De persoon die namens u stemt moet een kopie van uw identiteitsbewijs meenemen. • De persoon die voor u stemt moet zelf ook voor deze verkiezing stemmen. <p>Volmacht via de website Tot 16 maart kunt u een volmacht op Rotterdam.nl/verkiezingen aanvragen. U heeft hiervoor DigiD nodig.</p> <p>Waar kan ik op 21 maart stemmen? Om voor alle verkiezingen te stemmen kunt u het beste naar het stembureau gaan dat op uw stempas staat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voor de gemeenteraad en het referendum kunt u in heel Rotterdam stemmen. • Voor uw gebiedscommissie of wijkraad kunt u alleen in uw eigen gebied of wijk stemmen. <p>Bent u mindervalide of visueel beperkt? Op Rotterdam.nl/verkiezingen vindt u het voor u dichtstbijzijnde stembureau dat aangepast is voor mindervaliden of visueel beperkten.</p>
--	--

Hoe zet je een beeldbrief op?

1. Stel een kernteam van 3 à 4 personen samen dat hiermee aan de slag gaat. Betrek hier ook de inhoudseigenaar bij en/of iemand die daadwerkelijk met de brief moet werken. Daarnaast is het raadzaam – mits relevant – ook een jurist en iemand van ICT aan het team toe te voegen, zodat je daarmee snel kan afstemmen.
2. Formuleer met je kernteam:
 - het doel: wat wil je met de nieuwe brief bereiken? Zet dit doel op papier en houd hieraan vast.
 - de (kern)boodschap van je nieuwe brief. Wat is in de kern de reden om deze brief te sturen, wat wil je bij de ontvanger bereiken, wat moet je daarvoor in de kern vertellen en wat wil je (uiteindelijk) van de ontvanger?
3. Neem met je kernteam de oude brief door. Wat kan er allemaal uit, wat móet er in de nieuwe brief blijven staan? Welke uitzonderingen zijn er, waar verwijst je eventueel naar voor meer informatie? Op basis van deze bevindingen maak je een eerste ruwe opzet van de brief volgens de opbouw die je in de volgende paragraaf vindt. Staat alles erin wat erin moet staan? Kunnen er nog zaken weg? Staan er nog moeilijke begrippen in?
4. Beslis of de brief zich leent voor een 'beeldbrief'. Voegt beeld iets toe? Of kun je volstaan met een in eenvoudige taal geformuleerde korte brief? Heb je de aangegeven tijd om een beeldbrief te maken?
5. Bekijk welke onderdelen van je nieuwe opzet zich lenen voor het gebruik van foto's. Wat vertel je in woorden, wat vertel je (ook) in beeld? Welke acties moeten benadrukt worden vanuit je doel?
6. Besluit je een beeldbrief te maken, welk beeld heb je dan nodig? Wat moet er op de foto's staan? Welke van deze foto's zijn al voorhanden, welke moeten nog gemaakt worden?
7. Bepaal of je vanuit je doel nog aannames doet of vragen hebt die je wil testen. Dan maak je namelijk twee versies van deze brief. Vinden lezers het bijvoorbeeld prettig om een boete al in het begin van een brief te zien staan of juist niet?
8. Test de brief of brieven. Het gaat hier om een gebruikstest waarbij je ontdekt of de brief duidelijk is én als prettig wordt ervaren.
9. Pas de brief aan op basis van de testresultaten. Test de brief opnieuw als je nog twijfelt over bepaalde aannames of andere vragen die uit de eerste test zijn gekomen.
10. Nu kan de brief verzonden worden en kun je eventueel een effectmeting doen vanuit je in stap 2 geformuleerde doel.



Opgeleverde beeldbrief voor Bureau Frontlijn over hulp bij geldproblemen

Hoe ziet een beeldbrief eruit?

Opbouw

- Een beeldbrief heeft een vaste volgorde:
 - waarom krijg ik deze brief?
 - wat betekent dit voor mij?
 - wat moet ik doen / wordt van mij verwacht?
 - hoe moet ik dat doen / bij wie moet ik zijn?
 - wat levert mij dit op? Wat als ik niet doe wat gevraagd wordt?
 - waar kan ik terecht met vragen?
- Het onderwerp van de brief staat duidelijk in het briefhoofd: Waar gaat de brief over? Wat wordt er verwacht?
- Een duidelijk onderwerp en tussenkoppen ordenen de informatie.
- De korte tussenkopjes zijn meestal in de ik-stijl, in een vragende vorm. Het antwoord staat daaronder. Houd deze kort, max. zes woorden.
- Alinea's zijn maximaal 4-5 regels lang. Elke zin bevat slechts één boodschap en telt maximaal 12 woorden.
- Geef acties / keuzes weer in tekst én in foto's.

Tekst en beeld helpen elkaar

In een goede, begrijpelijke brief zijn inhoud en beeld onlosmakelijk met elkaar verbonden. Waar tekst alléén niet voldoet, vult het beeld dit aan. Opmaak en beeld leiden het oog langs de belangrijke punten.

Een beeldbrief heeft, zoals eerder vermeld, een vaste volgorde. Deze stappen zijn van belang voor de opmaak. Om een lezer goed door de tekst te leiden, zul je op basis van deze volgorde de verschillende opmaakelementen toepassen. Het antwoord op de vraag: 'waarom krijg ik deze brief?' moet bijvoorbeeld al in de onderwerpregel beantwoord worden.

Vervolgens kun je met subkoppen en korte alinea's de andere vragen opmaken. Wordt er iets van de lezer verwacht en zijn er meerdere opties? Zet deze dan helder naast elkaar met het betreffende beeld erbij. Zijn het er meer dan drie? Maak een opsomming onder elkaar.

Opmaak, lettertype, -grootte en regelafstand

Om begrijpelijke brieven op te stellen moet de tekst helder zijn en de begeleidende beelden concreet. Deze twee elementen worden met elkaar verbonden door vorm en structuur:

- Grotere tekst die verder uit elkaar staat (de regelafstand) leest prettiger en oogt rustig. Ideaal is een lettergrootte van 12pt met 1,5 keer de regelafstand (18pt).
- Een schreefloze letter leest prettiger. De Arial is hier ideaal voor.
- Tekst wordt links uitgelijnd.
- Tekst houden we zoveel mogelijk zwart voor optimaal contrast.
- Belangrijke tekst is vetgedrukt.
- Beperk het gebruik van inspringingen, kaders/blokken en onlogische plaatsing van tekst. Voorkom dat de lezer moet zoeken naar de volgorde.

Kan ik aansluiten bij onze huisstijl?

Dat kan. Zo zal er (bijna) altijd een logo geplaatst worden om duidelijk te maken wie de afzender is. Vaak is het zo dat deze brieven uit geautomatiseerde systemen komen die al gebruik maken van algemeen beschikbare lettertypes. De Arial is daar een voorbeeld van. Uitgangspunt bij deze brieven is een schreefloze letter met zo min mogelijk contrasten in de letter. Check dit bij de systeembeheerder of bij een collega die over de huisstijl gaat.

Waarom moeten foto's voldoen?

De foto's die in de beeldbrieven worden gebruikt, stimuleren een actie. Ze mogen maar voor één uitleg vatbaar zijn en het beeld moet meteen herkend worden door de lezer. Vanwege het kleine afdrukformaat (plm 1 cm²) moeten de details groot genoeg zijn. Gebruik kleurenfoto's en zorg dat ruis op de foto wordt vermeden.

Tips voor fotografie van mensen

Mensen zijn naar voren gericht



Door de persoon van links naar rechts te laten kijken (in lijn met de leesrichting) ondersteunt het beeld de 'flow' van de brief.

Kijk neutraal en niet direct in de camera



De afgebeelde persoon is gericht op hetgeen hij doet. De persoon hoeft geen aandacht van de lezer te zoeken door deze aan te kijken.

Zorg voor een actieve, open houding



Door de persoon open en naar voren gericht af te beelden kun je beter tonen wat er gebeurt. Het is nu duidelijk dat de man een brief in de brievenbus gooit.

Ga niet zelf fotograferen, dat levert zelden de vereiste beeldkwaliteit op. Een brief met onprofessionele foto's wordt niet serieus genomen. Schakel een professionele fotograaf in. Verschillende fotografen hebben eerder dit soort foto's gemaakt en weten precies wat de bedoeling is. Er zijn inmiddels diverse professioneel gemaakte foto's beschikbaar die je in beeldbrieven kan gebruiken. Dat scheelt flink in de kosten: je hoeft alleen de nieuwe foto's te laten maken.



Tips voor fotografie van objecten

Zorg voor duidelijkheid



Toon wat er wordt gevraagd. Dus alleen de pasfoto's laten zien en niet in welke context deze worden gevraagd. Dat blijkt al uit het onderwerp van de brief. Toon het paspoort er los naast. Deze moet je immers ook meenemen bij de afspraak om te verlengen.

Toon voorwerpen vrijstaand en plat (icoon)



Is er weinig contrast? Plaats een lijn om het voorwerp.



Voorkom dat er merken en/of persoonsgegevens op de foto te zien zijn



Maak hier alleen gebruik van als het om voorwerpen gaat die zonder deze elementen minder goed communiceren.

Wanneer heeft een beeldbrief zin?

- Beeld helpt niet altijd, een beeldbrief dus ook niet. Vooral in instructieve brieven (waarin dus om een actie van de ontvanger wordt gevraagd) kan beeld bijdragen aan duidelijkheid. Dat is lastiger in puur informatieve brieven. 'Informatie' of abstracte/juridische begrippen zijn immers lastig in foto's te vangen. Een beeldbrief is geen wondermiddel.
- Het versturen van een (beeld)brief staat meestal niet op zichzelf. Vaak is het één actie in een reeks van andere communicatieacties. Vormen deze communicatieacties geen logisch geheel, dan lost een beeldbrief dat niet op. Wel raden we aan te starten met een beeldbrief en daarna de eventuele vervolgbrieven onder handen te nemen. Zo ontstaat een herkenbare stijl in het hele communicatietraject.
- Kijk daarom ook naar het werkproces: vormen de verschillende stappen een logisch geheel? Zo niet, dan wreekt zich dat in een brief. Een onlogisch proces leidt immers tot een onlogische briefinhoud. Kijk dan of het proces logischer is in te richten.
- Zorg altijd voor een glasheldere boodschap. Stop daarom niet te veel informatie in één brief. Kies liever voor meerdere brieven die op het juiste moment voor de lezer worden verzonden. Noem niet alle uitzonderingen of bijzondere gevallen, maar beperk je tot de hoofdboodschap.

Let wel op dat je de rechten van de nieuwe foto's goed regelt. Ze moeten rechtenvrij zijn en bij foto's van personen is een 'quit claim' nodig. Deel de foto's met anderen op gebruikercentraal.nl. Hier zijn ook voorbeelden van een akte en 'quit claim' te vinden.



Gebruikstest van beeldbrieven

Zodra een beeldbrief in concept klaar is, moet deze worden getest. Doe dit in een zo vroeg mogelijk stadium. Soms is het nodig om een brief meerdere malen te testen. Zo weet je in elke fase van het proces waar je aan toe bent. We geven puntsgewijs aan hoe dat in z'n werk gaat.

1. Werk met verschillende versies

We werken het liefst met verschillende (twee of drie) versies van dezelfde brief. Daardoor kun je aannames en twijfels beter toetsen. Ook is het voor de testers dan makkelijker aan te geven 'waarom' ze iets duidelijker of prettiger vinden.

2. Zoek 'frisse' testers binnen en buiten de gemeente

Om goed te kunnen testen, is het belangrijk om testers te vinden onder de doelgroep die met een frisse blik naar de brieven kunnen kijken. Ga op zoek naar de experts binnen en buiten de gemeente die je hierbij kunnen helpen, zoals vrijwilligersorganisaties, maatschappelijke stichtingen en taalambassadeurs van de Stichting ABC of Stichting Lezen en Schrijven. Ook collega's van andere afdelingen kunnen je helpen bij het vinden van testers voor de brieven. Bijvoorbeeld collega's van de plantsoendienst, gemeentewerf, catering en de sociale werkplaats. In gemeente Rotterdam leverde dit goede resultaten op.

Natuurlijk kun je ook gebruik maken van burgerpanels, burgerraden, etc. Bedenk echter wel dat deze groep vaker met de gemeente te maken heeft en eerder geneigd is namens andere burgers te denken dan vanuit zichzelf.

Beperk de hoeveelheid testers

Bij een gebruikstest is het niet nodig veel testers te betrekken. 5 tot 7 testers per test kan al genoeg³ zijn. Kies er meer als je brief bijvoorbeeld naar een zeer diverse groep wordt gestuurd.

3. Stel een multidisciplinair team samen

Om ervoor te zorgen dat de verbeteringen die uit de test naar voren komen ook echt doorgevoerd worden, is het slim om de collega's die de brieven schrijven te betrekken bij het testen. Zo zien zij zelf wat werkt en wat niet. Door het samen te doen, werk je aan een gezamenlijk beeld van de benodigde verbeteringen en creëer je gezamenlijke verantwoordelijkheid.

4. Bereid de testdag voor

Als kernteam organiseer je een testdag, waarop alle collega's op dezelfde manier en op dezelfde dag testen uitvoeren bij de doelgroep. Maak testsetjes per brief. Deze setjes bestaan uit brief A, brief B en de

bijbehorende vragen. Neem per persoon minimaal een halfuur de tijd om de brief te testen. De collega die de test uitvoert, geeft de tester één brief om te lezen, daarna stelt hij of zij gericht vragen. Daarna laat je de andere brief lezen en stel je gericht aanvullende vragen. Je kunt er ook voor kiezen (als je voldoende collega's hebt) om in duo's te gaan testen. Dan is er meer gelegenheid om te observeren en vast te leggen.

5. Maak een verslag en zorg voor follow-up

Na afloop van de testdag haal je gezamenlijk de belangrijkste bevindingen op. Als kernteam schrijf je een kort verslag met de opzet van de test, de belangrijkste bevindingen en de verbeteracties. Iedere collega die een test heeft uitgevoerd, maakt hiervan een eigen verslag. Dit voeg je toe aan het verslag. De uitkomsten worden weer verwerkt in een nieuwe briefversie. Eventueel wordt ook deze nog getest.

Testen is essentieel. Veel brieven van de gemeente gaan in grote aantallen de deur uit. Als de brief vragen oproept en 10% van de ontvangers gaat daarom naar de gemeente bellen, dan zijn dit al snel honderden en soms duizenden (vermijdbare) telefoontjes. Bovendien gaat dan een groot deel van de ontvangers niet over tot de actie die je van hen vraagt.

6. Meten van effect

Náást de gebruikstest van de conceptbrief (dus niet in plaats daarvan!) is het ook aan te raden het effect van de nieuwe brief te meten. Je had immers een doel met de brief. Effectmeting doe je bijvoorbeeld door 200 nieuwe en 200 'oude' brieven te versturen en het verschil in reactie in kaart te brengen. Dit werkt goed als je geen data hebt waarmee je kunt vergelijken. Reageren de ontvangers van de nieuwe brief positiever, vaker en/of eerder? Is de 'call to action' duidelijk genoeg? Gaan ontvangers de juiste dingen doen? Welke vragen komen binnen via het klantcontactcentrum?

Vallen de resultaten tegen? Vergeet dan niet dat je de brief al goed hebt getest en dat de lezers de brief duidelijk en prettig vonden. Mogelijk spelen andere redenen een rol? Ga na of je de brief nog kunt aanpassen, of dat er andere maatregelen nodig zijn buiten de brief om je doel te bereiken.

³ <https://link.springer.com/article/10.3758/BF03195514>

Meer informatie



Waar kan ik terecht voor vragen of bijvoorbeeld ondersteuning bij testen?

Hoe je kunt testen, staat beschreven op de website van GebruikerCentraal (gebruikercentraal.nl). Als je daar vragen over hebt, kun je ze stellen aan de beheerder. Gebruikstesten komen ook veel voor in de IT. Wil je dat een collega meedenkt? Vraag dan eens een collega van je IT afdeling.

Waar vind ik meer voorbeelden?

De website van GebruikerCentraal (gebruikercentraal.nl) is de plek waar beeldbrieven gedeeld worden. Heb je zelf een beeldbrief ontwikkeld en getest? Mail dan de beheerder van de kennisbank Beeldbrieven en de brief wordt geplaatst op de site.

Waar kan ik terecht voor foto's, opmaak, redactie, etc?

Waarschijnlijk heb je al collega's die zich bezighouden met communicatie en vormgeving. Zij kunnen je vast op weg helpen. Anders zijn er communicatie- en vormgevingsbureaus die je hierbij kunnen helpen. Neem dan wel in de aanvraag mee dat 'Beeldbrieven: zó werkt het' het uitgangspunt vormt. Denk daarbij om bij de foto's de rechten goed te regelen. Zie hiervoor ook het voorbeeld van quit claim en akte voor rechtenvrije foto's. Dan kunnen we deze foto's weer delen met anderen. Dat scheelt geld en moeite!

Deze whitepaper is een uitgave van:



Mede tot stand gekomen met steun van:

