

Afrekenen met juristentaal

Foutloos schrijven is geen probleem, maar begrijpelijk schrijven gaat advocaten minder goed af. Taaladviesbureaus kunnen helpen: 'Vermijd de naamwoordstijl'.

Illustratie: Matthijs Sluiter



Tekst: Peter Louwerse

Correct schrijven kunnen de meeste advocaten wel. Op een stijlbloempje als: *'Derhalve richt ik mijn schrijven tot u indien en voor zover...'* is grammaticaal niets aan te merken. Begrijpelijk schrijven is een ander verhaal. Over de vraag hoe de meeste advocaten hun taalbeheersing kunnen verbeteren hoeft Anne Boerrigter niet lang na te denken. 'De rookgordijnen weghalen,' antwoordt de teamleider Tekst en Trainingen bij Taalcentrum-VU. 'Schaven aan de opvatting dat advocaten op een voetstuk moeten staan om de ander te overtuigen, of dat ze gewichtige taal moeten gebruiken. Het gaat erom dat je je boodschap duidelijk overbrengt.'

Taalcentrum-VU helpt zakelijke dienstverleners als advocaten en verzekeraars om hun boodschappen helder te verwoorden. Schrijven zonder opsmuk dus. Dat geldt voor webteksten, blogs en brieven aan cliënten, maar ook voor dagvaarding of polisvoorwaarden.

Een gewoonte van advocaten is: eerst de argumenten noemen en dan het standpunt prijsgeven. Maar deze stelregel uit de retorica werkt in publieksgerichte teksten averechts volgens Boerrigter. 'In zo'n tekst moet het precies andersom. Anders heeft de lezer geen mentaal skelet, waaraan hij de rest van de informatie kan ophangen.'

Voor levendig taalgebruik heeft Boerrigter enkele tips. Vermijd bijvoorbeeld de naamwoordstijl. 'Mijn cliënt wil zijn aandelen verkopen', is beter dan: 'De doelstelling van mijn cliënt is het vervreemden onder bezwarende titel van zijn aandelen'. Ook moeten schrijvers terughoudend zijn met de lijdende vorm. 'De politie arresteerde de verdachte' is actiever dan: 'De verdachte werd gearresteerd door de politie'.

Variëren in zinsbouw en zinslengte helpt ook, zonder daar overigens rigide in te worden. 'Dat een zin maar vijftien woorden mag bevatten, staat voor mij niet vast,' zegt Boerrigter. 'Als zinnen kort kunnen, houd ze dan kort. Maar het gebruik van

signaalwoorden als "maar" en "want" is belangrijker dan zinslengte. Die woorden zijn het cement van je tekst.' Tot slot valt de woordkeuze te verbeteren. Door ouderwetse woorden als 'heden', 'thans' en 'middels' bijvoorbeeld kan volgens Boerrigter een rode streep.

Jargon

Jargon hoeft volgens Boerrigter niet altijd taboe te zijn: 'We zijn niet van de school dat we alles plat willen slaan. Vaktaal kan zijn functie hebben, als verbinding, voor het gemak van communicatie binnen de beroepsgroep.' Het probleem met jargon ontstaat pas bij gebruik buiten de beroepsgroep. 'Daar maak ik mensen ook bewust van: dan kun je vertalingen gaan geven. Menig advocaat komt voor een dilemma te staan als een tekst zowel voor vakgenoten als voor leken is bestemd. Een dagvaarding moet aansluiten bij de wettelijke vereisten, maar ook begrijpelijk zijn voor de klant. 'In dat geval kan het verstandig zijn de juridische tekst te handhaven en er een



Column

Overwin de recessie

Dolph Stuyling de Lange

“bijsluiter” met disclaimer voor de leek aan toe te voegen. Het is een cosmetische oplossing. Maar het werkt wel.’

Boerrieters opvattingen blijken niet heilig. Advocaten die hun taalbeheersing willen bijspijkeren hebben zeker iets te kiezen. Directeur Wessel Visser van Bureau Taal bijvoorbeeld is het hartgrondig oneens met Boerrieters voorstel om met bijsluiters te werken: ‘Een bijsluiter is een verschrikkelijk slechte oplossing. Neem het voorbeeld van een hypotheekakte van een bank. Stel dat de bank je vraagt om een tekst te ondertekenen die je niet begrijpt en daarnaast een begrijpelijke tekst levert waarin de kleine lettertjes worden uitgelegd. Dan moet je wel heel erg veel vertrouwen in de bank hebben. Want wie garandeert dat die twee teksten inhoudelijk op hetzelfde neerkomen? En als ze op hetzelfde neerkomen, waarom gebruikt de bank de gemakkelijke tekst dan niet?’

Natuurlijk moet een tekst juridisch waterdicht zijn, zegt Visser. ‘Maar er staat nergens in de wet dat de tekst onbegrijpelijk moet zijn. De enige vereiste is dat er een beoogd rechtsgevolg is.’

Dat het bezigen van onbegrijpelijke taal verkeerd kan uitpakken, bleek half maart in een zaak tegen verzekeringsmaatschappij Aegon. De advocaat-generaal bij de Hoge Raad concludeerde dat de wilsovereenstemming bij beleggingsverzekeringen ontbrak omdat de klanten de ingewikkelde formuleringen in het contract niet konden begrijpen. Dat kan Aegon veel geld gaan kosten.

Zonder begrijpelijke voorwaarden is er geen wilsovereenstemming en dus geen contract. Zie daar in het kort het belang van begrijpelijk schrijven aldus Wessel Visser. Zijn taalbureau nam op verzoek van een bank onlangs de hypotheekvoorwaarden onder handen. Een advocatenkantoor had die gemaakt op basis van een standaardmodel. Juridisch een spijkerhard verhaal, maar voor gewone stervelingen niet te vatten. ‘Er moest veel aan gebeuren. Juristen redeneren: als alles er in staat, is het goed. Of de structuur logisch is, doet er voor hen minder toe. We zijn dus eerst met de opbouw aan de slag gegaan: benoemen dat het een lening voor een huis is, vertellen over het rentepercentage en over het terugbetalen, en wat er gebeurt als de klant niet kan betalen.’ Als laatst werd het jargon weggehaald. Visser: ‘Of je nu een bank bent, een verzekeraar of een advocatenkantoor, je communiceert vooral met leken. Weg met vaktaal.’

In *Advocatenblad* nummer 2 van dit jaar stond een artikel met als kop ‘Veranderen of vergaan’. Het artikel stelde dat ook de advocatuur last heeft van de recessie en gaf advies om de problemen te bestrijden. Voor grote kantoren waren er goede adviezen, zoals de noodzaak om te specialiseren en te internationaliseren. Voor kleine kantoren werden enkele starters geraadpleegd die enthousiast zijn begonnen.

Middelgrote en kleinere bestaande kantoren zullen zich ook na lezing mogelijk nog afvragen wat zij nu moeten doen om te overleven: een lopende huur opzeggen of trouw personeel ontslaan is – indien al realistisch – niet aantrekkelijk. En niet elk klein kantoor met een algemene praktijk kan de overstap maken naar een nichekantoor. Bij dit laatste geldt bovendien dat de breedte van een praktijk vaak ook een goede remedie is tegen wisselingen in de markt. Daarom hierna vier suggesties om de crisis te overleven, juist voor die middelgrote en kleinere kantoren.

Bedenk steeds dat er voor een advocatenkantoor maar een paar knoppen zijn om aan te draaien als het om winst en rendement gaat: de kosten, de *leverage* (verhouding tussen partners en medewerkers), de tarieven (maar die staan onder druk) en het extra werk.

De kosten

Personeel (circa 60 procent) en huur (circa 10 procent) nemen het leeuwendeel van de kosten voor hun rekening. Overtalige staf ontslaan loont dus – vooral als de betrokken mensen niet goed functioneerden. Bezuinigen in de resterende kosten (papier, abonnementen, ICT, enzovoort) is nuttig, maar het effect ervan zal betrekkelijk marginaal blijven. Neem geen maatregelen die vooral ‘voor de *Bühne*’ zijn. Denk aan het afschaffen van

koekjes bij de koffie. Dat demoraliseert slechts. ‘Vaste’ leveranciers periodiek in concurrentie met anderen laten offeren loont wel.

Leverage

Meer medewerkers brengen alleen meer geld op als ze flink aan het werk zijn tegen behoorlijke tarieven. Is er werk in overvloed waar je zelf niet (voldoende) aan toekomt, dan is dit een interessante optie. Vaak is die overvloed onrealistisch en is het eerder zaak niet (goed) functionerende medewerkers de wacht aan te zeggen.

Tarieven

Maandelijks declareren helpt: dan heeft de cliënt nog een goed beeld van hetgeen voor hem/haar is gedaan. Alternatieve methoden van declareren verdienen ook de aandacht: bijvoorbeeld een *success fee*. Dit houdt in dat bij het uitblijven van succes alleen de kosten (circa 60 procent) moeten worden betaald, maar bij succes juist meer (circa 130 procent) moet worden betaald. Alternatieven vooraf duidelijk bespreken helpt ook. Wie alleen werkt met ‘lage tarieven’ om klanten te trekken, schiet in zijn eigen voet – zoals het notariaat veelal heeft gedaan.

Extra werk

Het meest interessant is: zorgen voor meer werk. Dan kun je voor jezelf ook het meest interessante (en vaak lucratieve) werk selecteren. Bedenk goed dat een tevreden cliënt eerder terugkomt en sneller betaalt. Wees daarom helder: manage verwachtingen en toon betrokkenheid. In een volgende column volgt meer over marketing van advocatendiensten.

De *bottomline*: ook in deze tijden kan elk soort advocatenkantoor goed renderen.