



**gemeente
Schiedam**

Schrijfwijzer

Tips voor begrijpelijke taal

Versiebeheer

Datum 2020

Versie 1.5

Auteurs Rianne Busser, gemeente Schiedam

Maud Holzmann, Loo van Eck

Inhoud

Inleiding	5
Waarom een schrijfwijzer over begrijpelijke taal?	5
Waar baseren we onze nieuwe schrijfafspraken op?	6
Iedereen kan de schrijfwijzer gebruiken	7
Taalniveau B1	8
Schrijfstijl	9
Schrijf korte zinnen	9
Schrijf actief	11
Gebruik begrijpelijke, concrete woorden	13
Klantbenadering	15
Kies een passend perspectief: u, ik of wij	15
Schrijf positief	16
Schrijf klantgericht	17
Brieven	18
Stap 1: Bepaal je kernboodschappen	18
Stap 2: Onderbouw je kernboodschappen	19
Stap 3: Maak van je kernboodschappen tussenkopjes	20
Stap 4: Schrijf de inleiding	21
Stap 5: Schrijf het slot	22
Stap 6: Schrijf de aanhef	23
Stap 7: Schrijf de eindgroet en ondertekening	24
Stap 8: Lees je tekst nog eens na	24
Voorbeeld van een herschrijving	25
E-mails	27
Tip 1: Gebruik dezelfde structuur als bij een brief	27
Tip 2: Kies een gepaste aanhef en afsluiting	27
Tip 3: Schrijf het onderwerp pas als de e-mail af is	28
Tip 4: Typ het e-mailadres als allerlaatste	28
Tip 5: Bedenk of doorsturen en cc-en wel echt nodig is	28
Juridische teksten	29
Tip 1: Geef je tekst een duidelijke structuur	29
Tip 2: Zet de lezer centraal, niet de regel	29
Tip 3: Gebruik eenvoudige woorden maar juridisch correct	30

Webteksten	32
Denk na over het doel en je doelgroep	32
Bedenk een pakkende titel	33
Vat je tekst samen in 2 regels	33
Schrijf een inleiding	33
Houd je tekst overzichtelijk en helder	33
Vermeld een aantal dingen niet	35
Social media	36
Jij bent online ook een ambassadeur van de gemeente	36
Let op met wat je deelt	36
Gebruik het juiste medium om iets te delen	37
Schrijf een pakkend bericht	38
Bestuursvoorstellen	40
Stap 1: Waar zit jouw tekst in de beleidscirkel?	40
Stap 2: Schrijf lezersgericht	40
Stap 3: Maak de 30-secondenlijn van je voorstel	41
Stap 4: Formuleer de onderbouwing	41
Stap 5: Vul de overige rubrieken in	42
Ons format voor bestuursvoorstellen	43
Schrijven voor laaggeletterden	46
Checklist	49
Huisstijlregels	51
Algemene regels	51
Inwoners, burgers of de stad?	51
Hoofdletters	51
Getallen en bedragen	51
Telefoonnummers	51
Tijdstippen	52
Gemeente Schiedam	52
Verwijzingen	52
Iconen	53
Bijlage	54
Woordenlijst eigentijdse woorden	54

Inleiding

We willen in al onze communicatie-uitingen begrijpelijke taal gebruiken. Deze schrijfwijzer helpt je om je taal zo begrijpelijk mogelijk te maken. Begrijpelijk communiceren is niet alleen de taak van communicatiemedewerkers. Het is iets waar je als medewerker van de gemeente elke dag mee te maken hebt.

Waarom een schrijfwijzer over begrijpelijke taal?

We vinden het belangrijk dat we allemaal begrijpelijk schrijven en spreken. Hiervoor hebben we een aantal redenen:

1. We zijn er voor de samenleving. We willen dat iedereen onze dienstverlening begrijpt. Ook mensen die laaggeletterd zijn. Want een op de vijf Schiedammers is laaggeletterd. Door duidelijk te schrijven zorgen we ervoor dat iedereen onze boodschap beter en sneller begrijpt.
2. We willen meer en gelijkwaardig samenwerken met onze inwoners en ondernemers. Door duidelijke taal zijn we voor iedereen toegankelijk en zijn we een inclusieve gemeente. Daarmee sluiten we aan bij de Omgevingswet. Die gaat in vanaf 2021.
3. De gemeenteraad vindt het belangrijk dat we begrijpelijk communiceren naar onze inwoners. Ze hebben dit met een motie gevraagd aan het college.
4. Begrijpelijke taal is onderdeel van onze huisstijl. Onze huisstijl staat voor Schiedam, is van Schiedam, voor Schiedam. De basis is een mensgerichte benadering, gericht op dialoog met Schiedammers en gebaseerd op vertrouwen.
5. Het is de bedoeling dat onze website vanaf 23 september voldoet aan een aantal toegankelijkheidseisen. Dit houdt in dat mensen die moeite hebben met lezen en schrijven, slechtziend of blind zijn, of een andere beperking hebben, de informatie op de website kunnen lezen. En diensten en producten kunnen aanvragen. Dit komt voort uit De Wet gelijke behandeling op grond van handicap of chronische ziekte. We (her)schrijven dus onze webteksten en webformulieren in begrijpelijke taal. Hiervoor gebruiken we taalniveau B1 als richtlijn, op advies van de overheid.

Wat betekent begrijpelijke taal voor ons?

Met begrijpelijke taal houd je zo goed mogelijk rekening met je lezers. Je schrijft zo helder mogelijk op wat je bedoelt. In een logische volgorde voor de lezer. In je tekst ben je persoonlijk. En je ondersteunt je tekst waar dit kan met beeld.

Wanneer is je tekst duidelijk?

Je tekst is duidelijk als jouw lezer de informatie die hij nodig heeft gemakkelijk kan vinden. En als hij deze informatie meteen begrijpt. Je lezer kan de informatie dan vlot gebruiken.

Waar baseren we onze nieuwe schrijfafspraken op?

We hebben een aantal bouwstenen waar we onze nieuwe schrijfafspraken op baseren:

- missie gemeente Schiedam
- visienota Open Schiedam (2017)
- gedragscode (2018)
- de vijf pijlers van dienstverlening
- de huisstijl

Uit de bouwstenen vloeien de volgende waarden: open, lezersgericht, inclusief, en informatief.

Missie gemeente Schiedam

Wij zorgen ervoor dat inwoners, ondernemers en bezoekers in Schiedam prettig kunnen wonen, werken en recreëren. We werken samen met de stad op een open, integere manier. Ons doel is een stad waar Schiedammers een betere toekomst ervaren. We halen actief ideeën op in de stad en bij alle betrokkenen. En we stimuleren eigen initiatief.

De missie van communicatie binnen de gemeente Schiedam is:

- De stad staat centraal.
- De Schiedammer staat centraal.
- Zichtbaar verbinden van stad, bestuur & collega's.

Visienota Open Schiedam

De gemeente:

- Werkt open aan het vertrouwen van de inwoners.
- Staat open voor vernieuwing. We halen actiever ideeën en opvattingen op en gebruiken deze.
- Stelt informatie en data ter beschikking voor hergebruik. Zo stimuleren we innovatie en ondernemerschap.
- Communiceert duidelijk en toegankelijk.

Gedragscode

In 2018 is de Gedragscode vastgesteld met vier kernwaarden:

- proactief
- open
- integer
- samen

De vijf pijlers van dienstverlening

In Schiedam willen we voor iedereen een betere toekomst. Het is onze zorg dat iedereen hier prettig kan wonen, werken en recreëren. Dat betekent ook iets voor onze dienstverlening. De vijf pijlers samen, snel, passend, duidelijk en proactief vormen de basis voor ons allemaal om dienstverlening te leveren aan alle inwoners, ondernemers en bezoekers van Schiedam. Wat je functie ook is, door steeds deze pijlers als basis te nemen in alles wat je doet, maken we samen het verschil.

Iedereen kan de schrijfwijzer gebruiken

Onze schrijfafspraken gelden voor alle medewerkers. En zijn toepasbaar op alle schriftelijke communicatie-uitingen. We gebruiken begrijpelijke taal extern maar ook intern.

Dit vind je in de schrijfwijzer

Je leest eerst meer over schrijven op taalniveau B1. Daarna krijg je tips voor de schrijfstijl en lees je meer over een persoonlijke klantbenadering. Vervolgens nemen we je mee in de stappen om een tekst helder te structureren per tekstsoort:

- brieven
- e-mails
- juridische teksten
- webteksten
- social mediaberichten
- bestuursvoorstellen, zoals adviesnota's en raadsvoorstellen

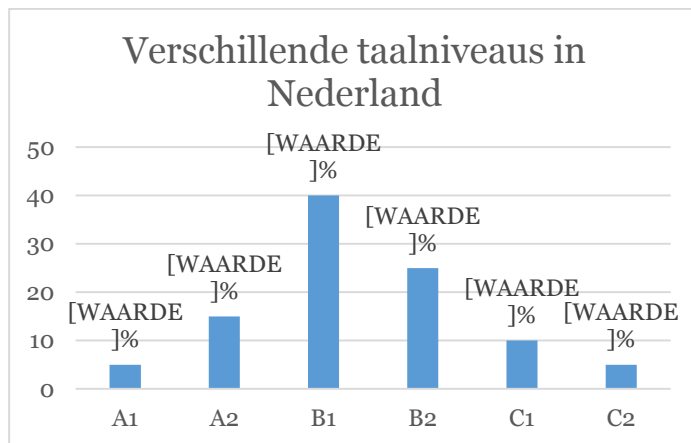
Tot slot vind je een hoofdstuk met tips voor het schrijven voor laaggeletterden.

Taalniveau B1

We kiezen ervoor om te schrijven op taalniveau B1. De afspraken uit deze schrijfwijzer passen bij dit taalniveau. In dit hoofdstuk lees je waarom we dat doen en wat dat betekent voor onze teksten.

Taalniveau B1 is te begrijpen voor de meeste mensen

Om te zorgen dat de lezer je tekst begrijpt, is het belangrijk dat je schrijft op een taalniveau dat past bij de lezer. Je taalniveau zegt iets over hoe goed je teksten begrijpt. 80% van de bevolking begrijpt je tekst als je schrijft op taalniveau B1. In de grafiek hieronder zie je de verdeling van taalniveaus in Nederland. A1 is het laagste taalniveau en C2 het hoogste.



Ook voor mensen met een hoger taalniveau is B1 prettig!

Zoals je ziet hebben de meeste Nederlanders taalniveau B1. Maar als je schrijft op taalniveau B1, begrijpen ook de mensen met taalniveau B2, C1 en C2 je tekst. Ook voor hen is het prettig als jouw tekst makkelijk te begrijpen is. En ze de tekst snel kunnen lezen. Zo bereik je een grote doelgroep.

Taalniveau B1 is meer dan alleen makkelijke woorden

Als je je tekst in makkelijke woorden hebt geschreven, verzekert dat niet dat je lezer de tekst ook leest. Het is een randvoorwaarde om de tekst te kunnen lezen. Om je lezer over te halen de tekst ook echt te gaan lezen, moet je meer doen dan het taalniveau verlagen. Je moet de tekst laten aansluiten bij het interesse- en kennisniveau van je doelgroep. Denk hier dus over na voordat je je tekst gaat schrijven.

Hoeveel informatie en in welke volgorde?

Dit zijn ook factoren die bepalen of je tekst geschikt is voor iemand met taalniveau B1. Want je tekst is begrijpelijker voor taalniveau B1 als je niet meer vertelt dan nodig. En je een lezersgerichte structuur aanbrengt in je tekst. Daar lees je meer over in deze schrijfwijzer.

Schrijfstijl

We schrijven onze teksten in heldere taal. Op een taalniveau dat de meeste mensen goed begrijpen. Dit betekent:

- **Schrijf korte zinnen.**
- **Schrijf actief.**
- **Gebruik begrijpelijke, concrete woorden.**

Schrijf korte zinnen

Korte zinnen zijn makkelijker te lezen dan lange zinnen. Let daarom op de adviezen hieronder.

Schrijf 1 boodschap per zin

Zet een punt na elke boodschap. De lezer kan dan na iedere boodschap even rustig ademhalen. En iedere boodschap krijgt de ruimte die hij verdient. Zo voorkom je ook lastige aanloopzinnen.

Gebruik maximaal 15 woorden per zin

En streef naar een gemiddelde van 12 woorden per zin. Je kunt best eens een lange zin gebruiken. Maar wissel dit dan af met een korte zin. Dit is prettig voor de lezer. En het past bij taalniveau B1.

Splits lange zinnen op in meerdere zinnen

Zet eens een punt in plaats van een komma. En vermijd lange bijzinnen. Zorg er ook voor dat je geen tangconstructies gebruikt. Vaak kun je hier twee losse zinnen van maken. Zet dan de belangrijkste informatie in de 1^e zin. Let ook op met het gebruik van haakjes. Ook hier kun je vaak twee losse zinnen van maken.

Voorbeeld

- Niet: De wethouder heeft, in samenspraak met de burgemeester, afgelopen dinsdag, de beleidsnota doorgenomen.
- Wel: De wethouder heeft samen met de burgemeester de beleidsnota doorgenomen. Dit deed hij afgelopen dinsdag.

Tips hoe je lange zinnen in tweeën kunt hakken:

- Vervang **en** door een punt. Begin de rest van de zin met **Ook** of **Verder** ... Of zet een punt voor **en** en ga gewoon verder met **En** ...
- Vervang een **komma** door een **punt**
- Vervang **hoewel** door een **punt** en begin de rest van de zin met **Toch** ...
- Vervang **ondanks dat** door een **punt** en begin de rest van de zin met **Toch** ...
- Vervang **omdat** door een **punt** en begin de rest van de zin met **Want** ...
- Vervang **waardoor** door een **punt** en begin de rest van de zin met **Daardoor** ...
- Vervang **ongeacht** door een **punt** en begin de rest van de zin met **Het maakt niet uit**

- ...
- Vervang **behalve** door **Dit geldt niet als/voor** ...
 - Vervang **tenzij** door een **punt** en begin de rest van de zin met **Dit geldt niet als/voor** ...

Gebruik opsommingen als dat kan

Zo maak je je tekst overzichtelijker voor de lezer. Bijvoorbeeld wanneer de lezer een aantal dingen moet doen. De zin waarmee je de opsomming inleidt, eindig je altijd met een dubbele punt. Bestaat jouw opsomming uit enkele losse woorden? Dan begint elk onderdeel met een kleine letter. Je gebruikt geen puntkomma's en geen slotpunt.

Voorbeeld

We hebben de volgende gegevens nodig:

- naam vergunninghouder
- naam bedrijf
- doel
- tijdstip
- locatie

Bestaat je opsomming uit delen van zinnen? Dan begin je elk onderdeel met een kleine letter. Je zet achter elk onderdeel een puntkomma en achter het laatste onderdeel een slotpunt.

Voorbeeld

U maakt uw aanvraag compleet door:

- uw naam door te geven;
- de naam van uw bedrijf door te geven;
- het doel van uw actie te bepalen;
- een tijdstip en locatie te kiezen.

Bestaat je opsomming uit hele zinnen? Begin dan elk onderdeel van de opsomming met een hoofdletter en eindig steeds met een slotpunt.

Voorbeeld

U doorloopt de volgende stappen:

- U geeft uw naam en de naam van uw bedrijf door.
- U onderbouwt het doel van uw actie.
- U bepaalt waar en wanneer u wilt collecteren.

Schrijf actief

Voorkom lijdende taal

Actief schrijven doe je door precies te noemen wie wat doet. Actieve teksten lezen veel prettiger dan een tekst met lijdende vormen. Pas op met de woorden 'er', 'worden' en 'zijn'. Waarschijnlijk bouw je een lijdende zin op.

Voorbeeld

- Niet: Vanuit de gemeente Schiedam bestaat de behoefte om onder andere de leefbaarheid, veiligheid, welzijn, etc. in het project mee te nemen.
- Wel: Wij willen onder andere de leefbaarheid, veiligheid en het welzijn in het project Natuurkundigenbuurt aanpakken.

- Niet: De brief wordt verstuurd.
- Wel: De projectassistent verstuurt de brief.

Voorkom hulpwerkwoorden

Een andere manier om actief te schrijven is door overbodige hulpwerkwoorden te voorkomen. Vaak voegen ze weinig toe en maken ze zinnen onnodig lang. Vermijd dus deze hulpwerkwoorden:

- kunnen
- zullen
- gaan
- zijn
- worden
- mogen
- willen

Je ziet hieronder een aantal voorbeelden.

- Vermijd kunnen waar mogelijk.

Voorbeeld

- Niet: U kunt ons bereiken op ...
- Wel: U bereikt ons op ...

- Vermijd zullen.

Voorbeeld

- Niet: Wij zullen ons best doen.
- Wel: Wij doen ons best.

- Vermijd gaan.

Voorbeeld

- Niet: Wij gaan een monteur bellen.
- Wel: Wij bellen een monteur.

- Vermijd zijn.

Voorbeeld

- Niet: Zodra de overeenkomst van u is ontvangen ...
- Wel: Zodra wij de overeenkomst van u ontvangen ...

- Vermijd worden.

Voorbeeld

- Niet: De rekening wordt door u voldaan.
- Wel: U betaalt de rekening.

- Vermijd mogen.

Voorbeeld

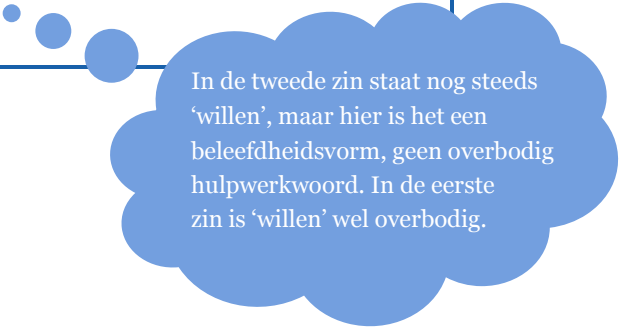
- Niet: Mocht u nog vragen hebben?
- Wel: Heeft u nog vragen?

- Niet: Mocht u na het versturen van de verklaring toch uw reisdocument weer terugvinden, dan dient u het document in te leveren bij de gemeente. De gemeente zal dan uw verloren of gestolen reisdocument vernietigen.
- Wel: Heeft u de verklaring verstuurd en toch uw reisdocument weer gevonden? [...]

- Vermijd willen.

Voorbeeld

- Niet: Ik wil u vragen om het formulier op te sturen.
- Wel: Wilt u het formulier opsturen?
- Wel: Stuurt u het formulier op?



In de tweede zin staat nog steeds 'willen', maar hier is het een beleefdheidsvorm, geen overbodig hulpwerkwoord. In de eerste zin is 'willen' wel overbodig.

Vermijd de naamwoordstijl

Schrijf in plaats daarvan op wat of wie je precies bedoelt.

Voorbeeld

- Liever niet: Het behoud van de bomen.
- Of: Het behouden van bomen.

- Wel: De gemeente behoudt de bomen.
- Of: De gemeente laat de bomen staan.

Gebruik begrijpelijke, concrete woorden

Kies voor bekende en moderne woorden

Bedenk welke woorden jouw lezer kent en welke niet. Gebruik veel woorden uit deze tijd die veel voorkomen in het Nederlands. Hieronder zie je de woordcategorieën die je het beste kunt vermijden.

- Abstracte woorden. Benoem concreet om welk(e) datum, tijd of bedrag het gaat. Zo kan je lezer hier een voorstelling van maken.
- Vaktaal en jargon. Tenzij je zeker weet dat je lezer het begrijpt.
- Formele en afstandelijke woorden.
- Woorden met een dubbele betekenis.
- Twijfelwoorden. Zorg ervoor dat je concreet bent.
- Figuurlijke taal. Zorg dat je lezer de tekst letterlijk kan interpreteren.

Zorg er wel voor dat je geen Jip- en-Janneketaal gebruikt. Neem je lezer serieus.

Tip: gebruik je toch een moeilijk woord? Leg het woord dan de eerste keer uit. Probeer dit wel zo min mogelijk te doen.

In de bijlage vind je een woordenlijst eigentijdse woorden

Zo kun je meteen aan de slag. Klik [hier](#) om meteen naar de woordenlijst te gaan.

Pas op met bijvoeglijke naamwoorden

Omschrijf het zelfstandig voornaamwoord liever als dat kan.

Voorbeeld

- Niet: De in uw bezit zijnde documenten.
- Wel: De documenten die u heeft/in uw bezit heeft.

Vermijd schrijftaal

Schrijfclichés horen niet thuis in onze teksten. Noem daarom meteen de kern. En vermijd zinnen met:

- ‘Naar aanleiding van ...’
- ‘In antwoord op ...’
- ‘In verband met ...’
- ‘Hopende u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd ...’
- ‘Overeenkomstig uw verzoek ...’

Voorbeeld

- Niet: Ten behoeve van dit project heeft de gemeenteraad van Schiedam op 5 juni 2018 een 'verklaring van geen bedenkingen' verleend.
- Wel: Voor dit project gaf de gemeenteraad een 'verklaring van geen bedenkingen'.

Gebruik steeds dezelfde woorden voor een bepaalde term

Ook al lijkt afwisseling soms mooi, het maakt je tekst minder duidelijk. Dat wil je natuurlijk voorkomen.

Gebruik geen afkortingen van zinsdelen of woorden

Denk hierbij aan 'etc.' en 'm.b.t.'. Gebruik alleen afkortingen van namen als dit de leesbaarheid verhoogt. Bijvoorbeeld 'Wob' en 'UWV'. Zorg er dan wel voor dat je de naam de eerste keer voluit schrijft. En zet dan de afkorting tussen haakjes. Zo weet de lezer precies wat je bedoelt in de rest van je tekst.

Bekijk deze sites voor tips

Bijvoorbeeld als je twijfelt of een woord geschikt is voor taalniveau B1. Of als je meer uitleg wilt over een taalconstructie.

[IshetB1](#)

[OnzeTaal](#)

[VanDale](#)

[Woordenlijst](#)

[Schrijfwijzer](#)

[Synoniemen](#)

[Zoek eenvoudige woorden](#)

[Presentatie B1](#)

[Jargon vermijden](#)

[Zoek eenvoudige woorden](#)

[Taalniveaus](#)

Klantbenadering

We zetten de lezer centraal in onze teksten. Dat doen we op de volgende manier:

- **Kies een passend perspectief.**
- **Schrijf positief.**
- **Schrijf klantgericht.**

Kies een passend perspectief: u, ik of wij

Je zet de lezer centraal

Dit doe je door de lezer zoveel mogelijk persoonlijk aan te spreken in je tekst. Je laat daarmee zien dat je betrokken bent bij de lezer. Verplaats je hierbij altijd in de lezer. Dus niet: wat wil ik vertellen? Maar: wat wil de lezer weten?

Voorbeeld

- Niet: Wij willen u vragen te laten weten of u geïnteresseerd bent.
- Wel: Laat u weten of u geïnteresseerd bent?

- Niet: Wij sturen u de informatie.
- Wel: U ontvangt de informatie van ons.

Je spreekt de lezer aan met 'u' of 'je'

Zo maak je je tekst een stuk klantvriendelijker. Of je voor 'u' of 'je' kiest, hangt af van de tekst die je schrijft:

- Je gebruikt u...
 - in brieven;
 - op de website.
- Je gebruikt je...
 - bij interne communicatie tussen medewerkers;
 - op social media (een-op-een communicatie);
 - in campagnes (afhankelijk van je doelgroep);
 - in vacatures en arbeidsmarktcommunicatie;
 - in teksten voor kinderen.

Je gebruikt ook 'ik' en 'wij'

Heb je het over de gemeente? Dan gebruik je 'wij'.

Voorbeeld

- Niet: De gemeente Schiedam kan instemmen met uw voorstel.
- Wel: Wij stemmen in met uw voorstel.

Je kunt het perspectief van waaruit je schrijft gerust afwisselen. Heb je het over een actie van jezelf? Of van de persoon die ondertekent? Dan kun je gerust 'ik' gebruiken.

Voorbeeld

- Niet: In deze brief leggen we uit waar we aan werken.
- Wel: In deze brief leg ik u uit waar we aan werken.

Schrijf positief

Laat zien wat er wel mogelijk is

Formuleer je boodschap positief. Ook als het gaat om slecht nieuws. Een positieve benadering helpt om je lezers te laten doen wat nodig is. Zo voorkom je dat lezers het gevoel krijgen iets te moeten.

Vermijd 'dienen', 'moeten', 'niet' en 'geen'.

Voorbeeld

- Niet: U heeft het aanvraagformulier niet volledig ingevuld. Zo kunnen wij uw inschrijving niet compleet maken.
- Wel: Wilt u het aanvraagformulier helemaal invullen? Dan maken wij uw inschrijving in orde.

Stel je op als adviseur als je wilt dat je lezer iets doet. Schrijf dan 'Ik adviseer u ... Zo zorgt u ervoor dat <positief gevolg>' of 'Ik adviseer u ... Zo voorkomt u <negatief gevolg>'. Je kunt ook een vraag stellen: 'Wilt u ...?'. Je zult zien dat de lezer dan vaak gewoon doet wat je vraagt.

Voorbeeld

- Niet: U dient uw brief op te sturen.
- Wel: Ik adviseer u om uw brief op te sturen naar Zo zorgt u ervoor dat...
- Wel: Wilt u uw brief opsturen naar ...?

Schrijf klantgericht

Leef mee met de lezer

Laat zien dat je betrokken en begripvol bent in zijn situatie. Gevoelswoorden of –zinnen bieden een goede kans om een brief of e-mail persoonlijk te maken.

Voorbeeld

- We begrijpen dat...
- Ik kan me/We kunnen ons voorstellen dat...
- Helaas kunnen we...
- Het spijt ons dat...
- Ik begrijp dat dit vervelend voor u is.

Bied extra service als dat kan

Probeer de inwoner altijd zo goed mogelijk verder te helpen. Bedenk of je meer voor hem kunt doen dan alleen zijn vraag beantwoorden. Deel dus je tips, alternatieven en oplossingen. Misschien heb je nog extra informatie die hem verder helpt. Vertel dan waar hij dit kan vinden. Of misschien weet je wie hem wél kan helpen als je dat zelf niet kunt. Dan is de inwoner vast blij met de contactgegevens.

Brieven

Als je een brief gaat schrijven, let dan eerst op de schrijfstijl en de klantbenadering. En doorloop dan de volgende stappen:

1. Bepaal je kernboodschappen
2. Onderbouw je kernboodschappen
3. Maak van je kernboodschappen tussenkopjes
4. Schrijf de inleiding
5. Schrijf het slot
6. Schrijf de aanhef
7. Schrijf de eindgroet en ondertekening
8. Lees je tekst nog eens na

Stap 1: Bepaal je kernboodschappen

Bedenk wat je de lezer wilt vertellen

Dit doe je voordat je begint met schrijven. Je bedenkt wat jouw boodschappen zijn. Namelijk datgene wat de lezer moet onthouden nadat hij jouw brief heeft gelezen. Door dit te bedenken kun je bepalen welke informatie nuttig is voor jouw brief.

Maak een boodschappenlijstje

Zorg ervoor dat je brief maximaal 5 boodschappen heeft. Zo blijft je brief duidelijk. Iedere boodschap krijgt een eigen alinea. Met tussen iedere alinea een witregel. Zo creëer je meer lucht in je brief. En zorg je ervoor dat je lezer de informatie goed kan onthouden. Zet je boodschappen ook in de goede volgorde. De belangrijkste boodschap komt bovenaan:

- Wat wil of moet de lezer weten?
- Wat wil of moet je zelf kwijt?
- Wat is fijn voor de lezer om te weten? Bijvoorbeeld tips, advies of alternatieven.

Voorbeeld

- U krijgt een collectevergunning.
- Bij het collecteren horen 6 regels.
- Geeft u binnen 14 dagen na het collecteren het bedrag aan ons door?
- Bel of mail gerust als u vragen heeft.

Stap 2: Onderbouw je kernboodschappen

Want je lezer heeft nog een aantal vragen na het lezen van jouw kernboodschap. Je onderbouwt de boodschap met argumenten zodat de lezer het nog beter begrijpt. Of je geeft de lezer meer informatie. De bron van de informatie komt altijd als laatste.

Zo bouw je je alinea op als een piramide:

- kernboodschap (waarom?)
- onderbouwing (uitleg)
- bewijsvoering (waar blijkt dat uit?)

Bouw je alinea's op als piramide



Tip: kun je tussen de zinnen steeds 'want' denken in plaats van 'daarom'? Dan ben je goed op weg!

Voorbeeld

Niet zo...

Er is veel behoefte aan extra woningen in Schiedam. Het noorden van Nieuw-Mathenesse is onder andere door de ligging naast het historische centrum aantrekkelijk om te wonen. Projectontwikkelaar X gaat een plan maken voor nieuwbouwwoningen en eventuele voorzieningen op het terrein van de voormalige glasfabriek. Zij legt dit plan voor aan de gemeente. Voordat de ontwikkelaar een plan maakt, zal zij met omwonenden contact leggen. Als omwonende van de voormalige glasfabriek kunt u hiervoor door X worden benaderd.

Maar zo!

Projectontwikkelaar X maakt een plan voor nieuwbouwwoningen op het terrein van de voormalige glasfabriek. Ze nemen in dit plan ook de eventuele voorzieningen op. We hebben namelijk veel extra woningen nodig in Schiedam. En het noorden van Nieuw-Mathenesse is een aantrekkelijke plek om te wonen. Dit komt onder andere door de ligging naast het historische centrum.

De projectontwikkelaar belt u over dit plan, omdat u in de buurt woont van de voormalige glasfabriek. Daarna legt de projectontwikkelaar dit plan voor aan de gemeente.

Verbind je zinnen logisch met elkaar

Geef het verband aan tussen je zinnen:

- De reden hiervan is...
- Want...
- Hierdoor...
- Namelijk...
- Zodat...

Stap 3: Maak van je kernboodschappen tussenkopjes

Je gebruikt de kernboodschap van iedere alinea als kopje: een kernzinkopje. Je kernzinkopje is een korte en eenvoudige zin zonder punt erachter. Er staat bijna altijd 'u' of 'wij' in. Je maakt deze zin dikgedrukt. Zo ziet de lezer in 1 oogopslag wat hij moet weten. Scant een lezer je brief alleen? Dan heeft hij in ieder geval de belangrijkste boodschappen meegekregen.

Voorbeeld

Projectontwikkelaar X maakt een plan voor nieuwbouwwoningen op het terrein van de voormalige glasfabriek

Ze nemen in dit plan ook de eventuele voorzieningen op. We hebben namelijk veel extra woningen nodig in Schiedam. En het noorden van Nieuw-Mathenesse is een aantrekkelijke plek om te wonen. Dit komt onder andere door de ligging naast het historische centrum.

De projectontwikkelaar belt u over dit plan

U woont namelijk in de buurt woont van de voormalige glasfabriek. Daarna legt de projectontwikkelaar dit plan voor aan de gemeente.

Voorbeeld

- Niet: Besluit
- Wel: **U krijgt een collectevergunning**

- Niet: Uw reactie
- Wel: **Laat u voor <datum> weten of u geïnteresseerd bent?**

Stap 4: Schrijf de inleiding

Iedere brief of e-mail start met een inleiding

De lezer weet hierdoor waarom hij de brief of e-mail krijgt. En wat er in de brief of e-mail staat. Boven de inleiding komt geen kopje.

Als eerder contact de aanleiding is

Dan schrijf je een inleiding met deze 3 onderdelen:

1. Benoem het contactmoment:

Voorbeeld

- Op <datum> stuurde u ons een e-mail.
- Gisteren belde u ons.
- Op <datum> sprak u mijn collega ...

2. Herhaal de vraag van de klant:

Voorbeeld

- U vraagt of u ...
- U wilt graag informatie over ...
- U heeft een klacht over ...

3. Vertel wat het doel is van je brief:

Voorbeeld

- Graag beantwoord ik uw vraag.
- In deze e-mail leest u onze afspraken.
- Hieronder leest u ons standpunt.

Bij een andere aanleiding

Dan schrijf je een inleiding met deze 3 onderdelen:

1. Benoem de relatie:

Voorbeeld

- U neemt deel aan het wekelijks overleg over <onderwerp>.
- U volgt op <datum> een training bij ons.

2. Beschrijf de situatie:

Voorbeeld

- Vanaf <datum> verandert de locatie.
- Daarin leert u hoe u heldere en begrijpelijke brieven schrijft.

3. Vertel waar de rest van de brief over gaat:

Voorbeeld

- In deze brief leest u wat de nieuwe locatie is en hoe u deze kunt bereiken.
- Hieronder leest u hoe u zich kunt voorbereiden.

Stap 5: Schrijf het slot

Geef bij een lange brief een korte samenvatting

Hiermee vergroot je de kans dat de lezer de boodschap onthoudt. Maar doe dit alleen bij brieven van meer dan 1 A4. Bijvoorbeeld:

- In deze brief las u welke opties u heeft. Ik hoor graag welke keuze u maakt.
- Ik kan me voorstellen dat dit bericht teleurstellend voor u is. Toch reken ik op uw begrip voor ons standpunt.
- Wij hebben een nieuwe afspraak gemaakt op <datum>. Graag tot dan!
- Wilt u het <formulier> vóór <datum> terugsturen? Alvast bedankt!

Geef altijd de mogelijkheid voor contact

Zo schrijf je een open einde voor de lezer:

Voorbeeld

Bel of mail gerust als u nog vragen heeft

U bereikt ons via telefoonnummer 14 010 of stuur een e-mail naar contact@schiedam.nl. U kunt ook het contactformulier op onze website invullen: schiedam.nl/contact.

Voeg een persoonlijke noot toe als dat mogelijk is

- Wij wensen u veel succes met <gebeurtenis>!
- Alvast een fijn weekend!

Stap 6: Schrijf de aanhef

Kies de juiste aanhef

Je begint je brief standaard met 'Beste' en dan 'meneer' of 'mevrouw' + achternaam. 'Beste' is modern en vriendelijk, maar nog steeds netjes. Je gebruikt het bij interne communicatie, maar het kan ook prima bij externe communicatie naar inwoners.

Voorbeeld

Beste meneer Jansen
Beste mevrouw De Vries

Gebruik 'Geachte' alleen bij uitzondering. Bijvoorbeeld als dit volgens jou echt het beste past bij de situatie of de relatie die je hebt met de geadresseerde. Want 'Geachte' is formeel en zorgt voor afstand tussen jou en de ontvanger. En dit past niet bij onze nieuwe schrijfstijl.

Voorbeeld

Geachte heer Jansen
Geachte mevrouw De Vries

Schrijf je aan een echtpaar?

Benoem dan beide personen in de aanhef.

- Persoonlijke aanhef: Beste meneer en mevrouw + <Achternaam>,
- Bij afstandelijk contact: Geachte heer en mevrouw + <Achternaam>,

Schrijf je aan een grote groep?

Of weet je niet wie je lezer is? Begin dan met bijvoorbeeld 'Beste bewoners'.

Stap 7: Schrijf de eindgroet en ondertekening

Onderteken vriendelijk en persoonlijk

Gebruik als afsluiting altijd 'Met vriendelijke groet'. Ook in brieven van de burgemeester, het college of een wethouder.

Voorbeeld

Met vriendelijke groet,

<Voornaam> <Achternaam>
<functienaam met kleine letter>
<teamnaam met hoofdletter>

Stap 8: Lees je tekst nog eens na

Bekijk je tekst met een frisse blik

Is je tekst klaar? Laat hem dan even liggen. Want vaak als je een tekst later nog een keer leest zie je nog dingen die beter kunnen. Kijk of je dan de volgende vragen kunt beantwoorden:

- Voor wie schrijf ik (doelgroep)?
- Wat is het onderwerp van mijn tekst?
- Is het voor de lezer duidelijk wat er van hem of haar verwacht wordt en wanneer?
- Lees je tekst hardop voor. Zou de doelgroep het snappen?
- Staat er geen overbodige informatie in mijn tekst?

Test je tekst

- Controleer of de woorden geschikt zijn voor het taalniveau van jouw doelgroep.
- Controleer het niveau van een tekstgedeelte.
- Laat iemand anders je tekst lezen en vraag feedback.

Tip

Schrijf je voor een grote of bijzondere doelgroep? Toets je tekst door hem voor te leggen aan lezers uit de doelgroep in een lees- of gebruikerspanel. Herschrijf de tekst op basis van de opmerkingen en suggesties van de lezers.

Voorbeeld van een herschrijving

Originele brief

Geachte ouder(s)/verzorger(s),

Uit onze gegevens blijkt dat xxxxxx, geboren op 9 xxxx 200x, niet staat ingeschreven op een school en er geen recht is op vrijstelling van de verplichting tot inschrijving op een school onderscheidenlijk een instelling in Nederland.

Mogelijk overtreedt u hierdoor de Leerplichtwet 1969.

Daarom wordt een nader onderzoek ingesteld. Xxxxx en (een van) u worden uitgenodigd voor een gesprek op:

Dag en datum : dinsdag 31 oktober 2017

Tijd : 14:00 uur

Locatie :

Melden bij : de receptie

Gesprek met :

Als u over een bewijs van een schoolinschrijving beschikt of recht heeft op een vrijstelling van inschrijving op een school / onderwijsinstelling in Nederland dan verzoeken wij u de stukken hiervan mee te brengen.

Staat xxxxx op een wachtlijst om tot een school te worden toegelaten dan graag hiervan een schriftelijke bevestiging meebrengen.

Als u over gegevens beschikt waaruit blijkt dat xxxxx niet in staat is om naar school te gaan, wilt u deze dan meebrengen.

Zonder tegenbericht gaan wij uit van uw komst.

Hoogachtend,

Herschreven brief

Beste meneer en mevrouw X,

Uw zoon (naam en geboortedatum) staat op dit moment niet ingeschreven op een school. Wij willen graag weten wat hier de reden voor is. In deze brief leest u wat dit voor u betekent.

Wij willen weten waarom uw kind niet naar school gaat

Volgens onze gegevens staat <naam> namelijk niet ingeschreven op een school. Dit is wel de bedoeling. Want ieder kind onder de 18 jaar is verplicht om naar school te gaan. En uw kind heeft geen reden om niet te gaan. Dit staat omschreven in de leerplichtwet 1969.

Wij nodigen u uit voor een gesprek op dinsdag 31 oktober

Tijdens dit gesprek bespreken we waarom uw zoon niet staat ingeschreven op een school. We bekijken graag samen met u hoe we deze situatie oplossen. We zien u graag op:

Datum: : dinsdag 31 oktober 2017

Tijd : 14:00 uur

Locatie :

U heeft een gesprek met <namen>. U mag uzelf melden bij de receptie. Wij gaan ervan uit dat u komt. Ook als u ons geen bericht stuurt.

Neemt u de volgende documenten mee

Staat uw kind wel ingeschreven op een school? Of kan uw kind met een bepaalde reden niet naar school? Neemt u dan het bewijs hiervan mee naar het gesprek. Het gaat dan bijvoorbeeld om de volgende documenten:

- Een bewijs van een schoolinschrijving.
- Een bewijs dat uw kind op een wachtlijst staat voor toelating op een school.
- Recht op een vrijstelling van inschrijving op een school of een onderwijsinstelling in Nederland.

Bel of mail gerust als u vragen heeft

Of als de datum of het tijdstip u niet uitkomt. U bereikt ons via <telefoonnummer> of <e-mail>. Wij zien u graag op 31 oktober.

Met vriendelijke groet,

<Voornaam> <Achternaam>

<functienaam met kleine letter>

<teamnaam met hoofdletter>

E-mails

De meeste regels voor het schrijven van brieven gelden ook voor het schrijven van een e-mail. Bij een e-mail is het vooral belangrijk dat je kort en bondig bent. Je leest hieronder over een aantal tips voor het schrijven van een goede e-mail:

- 1. Gebruik dezelfde structuur als bij een brief**
- 2. Kies een gepaste aanhef en afsluiting**
- 3. Schrijf het onderwerp pas als de e-mail af is**
- 4. Typ het e-mailadres als allerlaatste**
- 5. Bedenk of het doorsturen en cc-en wel echt nodig is**

Tip 1: Gebruik dezelfde structuur als bij een brief

Je doorloopt bij het opbouwen van je e-mail dezelfde stappen als bij een brief. Je e-mail heeft dus ook:

- een inleidende alinea
- de belangrijkste kernboodschap
- de onderbouwing van die kernboodschap
- een slotalinea

Zorg ook in e-mails dat je witregels gebruikt tussen de alinea's. Dan ziet een e-mail er minder vol uit.

De inleiding van een e-mail kan soms korter

Schrijf bij een eerste e-mail altijd een inleiding in 3 stappen. Net zoals bij een brief. Mail je vaak heen-en-weer? Dan kun je ook alleen een inleidende zin schrijven. Want het lijkt dan meer op een gesprek.

Kijk vooruit in het slot

Je schrijft hier wat je van de lezer verwacht. Bijvoorbeeld als je feedback verwacht. Of als je een reactie nodig hebt. Is de mail informatief en verwacht je niks van de lezer? Sluit dan af met een persoonlijke noot. Zoals 'Fijn weekend!'.

Gebruik tussenkopjes

Want ook bij een e-mail is het fijn als de lezer snel kan zien wat jouw boodschap is. Maak de kopjes ook dikgedrukt.

Tip 2: Kies een gepaste aanhef en afsluiting

De aanhef kan persoonlijker bij een e-mail

Want een e-mail is een persoonlijker communicatiemiddel dan een brief. Zeker als je vaak heen-en-weer mailt met iemand. Kies dan bijvoorbeeld voor 'Goedemorgen' of 'Dag'.

Gebruik een afsluiting met je digitale handtekening

Maak de ondertekening vriendelijk en persoonlijk. E-mailberichten krijgen een e-mailhandtekening in onze huisstijl. Kijk op SharePoint onder Communicatie, Huisstijl hoe je je handtekening eenvoudig instelt.

Tip 3: Schrijf het onderwerp pas als de e-mail af is

Want pas als je e-mail af is weet je precies wat je boodschap is. En dus wat je als onderwerp opschrijft.

Het onderwerp motiveert je lezer om te lezen

Dus kies voor een duidelijk onderwerp. Geef in het onderwerp aan wat de lezer moet doen. Bijvoorbeeld door de kernboodschap al in het onderwerp te zetten. Of maak je lezer nieuwsgierig als je wilt dat hij je mail gaat lezen.

Tip 4: Typ het e-mailadres als allerlaatste

Want met 1 druk op de knop is je e-mail al verzonden. Lees je e-mail dus altijd even goed na. Anders loop je de kans dat je het bericht te snel verstuurd. Bijvoorbeeld zonder bijlage, of met storende spelfouten. Tevreden? Dan vul je het e-mailadres van je ontvanger(s) in.

Tip 5: Bedenk of doorsturen en cc-en wel echt nodig is

Stuur een bericht alleen door als het echt noodzakelijk is dat de ander ervan af weet. Datzelfde geldt voor een cc'tje. Heb je er een goede reden voor? En doe je de ander er echt een plezier mee?

Kies bewust voor 'aan', 'cc' en 'bcc'

- Gebruik 'aan' als je van alle lezers een reactie verwacht.
- Gebruik 'cc' alleen als je een e-mail stuurt ter kennisgeving.
- Gebruik bcc als je een mail stuurt naar veel ontvangers. Of als de ontvangers elkaar niet kennen. Zet dan je eigen e-mailadres in 'aan'.

Juridische teksten

Juridische onderwerpen zijn soms lastig begrijpelijk te beschrijven. Soms ontkom je er niet aan dat de inhoud van je tekst lastig blijft. Maar ook deze teksten kun je duidelijk maken. Je leest hieronder 3 tips waarmee je jouw juridische tekst zo helder mogelijk maakt:

1. Geef je tekst een duidelijke structuur
2. Zet de lezer centraal, niet de regel
3. Gebruik eenvoudige woorden maar juridisch correct

Tip 1: Geef je tekst een duidelijke structuur

Gebruik dezelfde opbouw als bij een brief

Je doorloopt bij het opbouwen van je tekst dus dezelfde stappen als bij een brief. Je schrijft:

- een inleidende alinea
- de belangrijkste kernboodschappen
- de onderbouwing van die kernboodschappen
- een slotalinea

Gebruik tussenkopjes

Ook bij juridische teksten is het belangrijk om kopjes te gebruiken. Je gebruikt de kernboodschap van iedere alinea als kopje: een kernzinkopje. Je kernzinkopje is een korte en eenvoudige zin zonder punt erachter. Er staat bijna altijd 'u' of 'wij' in. Je maakt deze zin dikgedrukt. Zo ziet de lezer in 1 oogopslag wat hij moet weten. Scant een lezer je brief alleen? Dan heeft hij in ieder geval de belangrijkste boodschappen meegekregen.

Tip 2: Zet de lezer centraal, niet de regel

We willen graag klantgericht zijn. Dat betekent ook dat onze teksten gericht zijn op mensen, niet op regels.

Leg eerst uit wat een wet of regel betekent voor de lezer

Wij werken dagelijks met wetten en gemeentelijke regels. Maar voor de lezer zijn ze geen dagelijkse kost. Wees je daarvan bewust. Leg dus eerst duidelijk uit wat een regel voor de lezer betekent. Wat betekent het bijvoorbeeld voor de lezer dat zijn bezwaar niet ontvankelijk is? Of dat zijn erfafscheiding niet voldoet aan de maten in bijlage 2 van het Besluit omgevingsrecht? Zo weten onze inwoners precies waar ze aan toe zijn.

Eindig met de wet of regel

Misschien heb je de neiging om de wettekst op te nemen in de brief. Dat kan natuurlijk. Sluit de alinea dan af met een verwijzing naar de wet. Leg ook even kort uit wat er in dat artikel staat. De meeste mensen weten namelijk niet wat er in de wet staat. En als ze de wet al opzoeken, begrijpen ze er vaak niets van. Heb je veel wetsartikelen? Overweeg dan om deze verder toe te lichten in een bijlage.

Voorbeeld

Niet zo...

Aangezien uw erfafscheiding niet voldoet aan de maten in bijlage II van het Besluit omgevingsrecht, heeft u volgens artikel 2.5.18 van de Bouwverordening Bloemendaal 2012 een vergunning nodig voor uw erfafscheiding.

Maar zo!

U heeft een vergunning nodig voor uw schutting

De schutting is namelijk hoger dan 2 meter. U heeft een vergunning nodig als de schutting niet past binnen de maten die in de wet staan. U kunt dit lezen in artikel 2.5.18 van de Bouwverordening Bloemendaal 2012. De maten vindt u in bijlage II van het Besluit omgevingsrecht.

Tip 3: Gebruik eenvoudige woorden maar juridisch correct

Schrijf begrijpelijk

Want de inhoud is vaak al moeilijk genoeg. Een lezer moet minimaal 85% (!) van de woorden kennen om een tekst te begrijpen. Dat blijkt uit onderzoek. Meestal kun je voor een juridische term wel een eenvoudig alternatief bedenken. En meestal dekt dat de lading ook. Ga dus altijd op zoek naar de meest eenvoudige term.

Voorbeeld

‘Bij onverwijldde spoed, hebt u de mogelijkheid een verzoek om voorlopige voorziening in te dienen bij de voorzieningenrechter van de rechtbank te Rotterdam.’

In dit fragment staan woorden en uitdrukkingen die veel Nederlanders bijna nooit gebruiken:

- Onverwijldde spoed
- Verzoek indienen
- Voorlopige voorziening

In eenvoudige woorden staat er eigenlijk:

‘Heeft u bezwaar en heeft u haast? Dan kunt u een voorlopige voorziening aanvragen. <leg uit wat een voorlopige voorziening inhoudt>’

Eigenlijk is eenvoudig schrijven niets meer of minder dan schrijven in de taal die je normaal spreekt: schrijf zoals je spreekt. Dus gewone woorden, eenvoudige zinnen, geen ingewikkelde zinsconstructies. Maar blijf wel professioneel. Vraag je altijd af: ‘Hoe zou ik dit zeggen aan de telefoon?’ In de bijlage zie je ook een lijst van ouderwetse woorden die je makkelijk kunt vervangen door een eenvoudig woord. Die helpt je op weg!

Soms moet je wel een juridische term gebruiken

Maar het is minder vaak nodig dan je misschien denkt. Twijfel je? Stel jezelf dan deze twee vragen:

1. Is het nuttig voor de lezer?

Heeft de lezer er iets aan om te weten wat de juridische term is? Of om te weten in welke wet iets staat? Dan kun je het gerust noemen. Maar heeft de lezer er niets aan? Laat het dan weg en leg het uit in verzorgde spreektaal.

2. Wat zijn de juridische gevolgen?

Denk aan een handhavingstraject. Of een beschikking. Dan is het belangrijk dat je aangeeft op basis van welke wet je iets doet of beslist.

Kies je ervoor om een juridische term te gebruiken? Leg de term dan aan het begin van je tekst goed uit in eenvoudige woorden. Je kunt dan in de rest van je tekst de term gewoon gebruiken.

Webteksten

Een goede webtekst schud je niet zomaar uit je mouw. Hoe zorg je er bijvoorbeeld voor dat mensen jouw tekst vinden? En gaan lezen? En dat ze vervolgens ook blijven lezen tot het eind? Want je hebt ongeveer 10 seconden voordat je lezer afhaakt. Je hebt dus maar kort de tijd om de aandacht van je lezer te pakken. In dit hoofdstuk lees je hoe je dat doet.

Denk na over het doel en je doelgroep

Stel jezelf drie vragen

Bezint eer ge begint. Oftewel: denk eerst na voordat je meteen begint te schrijven. Stel jezelf deze drie vragen:

1. Waar gaat mijn tekst over?
Het antwoord op deze vraag is het onderwerp van je tekst.
2. Wat wil ik met mijn tekst bereiken?
Het antwoord op deze vraag is het doel van je tekst.
3. Wie zijn mijn lezers en wat zoeken zij op onze site?
Het antwoord op deze vraag bepaalt de schrijfwijze van je tekst.

Het onderwerp van je tekst verschilt per keer

Zorg dat je het onderwerp heel concreet maakt. Dit is belangrijk voor de vindbaarheid van je tekst. Als je dit helder hebt, kun je door naar vraag 2: het doel van je tekst.

Het doel van je tekst is: kennis, interesse of actie

Gebruik het schema hieronder om het tekstdoel te bepalen:

	Tekstdoel	Soort bericht
Mijn lezer gaat zelf op zoek naar informatie over dit onderwerp. Of:	Kennis	Nieuwsbericht
Mijn tekst bevat nieuws.	Kennis	Nieuwsbericht
Ik wil dat mijn lezer iets gaat doen na het lezen.	Actie	Wervend bericht
Mijn tekst bevat geen nieuws.	Interesse	Interessebericht

Onze lezers gaan vaak zelf opzoek naar informatie over een onderwerp. Daarom gaan we in dit hoofdstuk vooral in op het schrijven van een webtekst met als doel kennis.

Als je weet wie je lezer is en wat hij zoekt, kun je daarbij aansluiten

Je lezer komt op onze site omdat hij iets wil doen. Mensen zoeken niet naar informatie ('Informatie over gemeente Schiedam'), maar hebben een taak waarvoor ze op de site zijn ('Verhuizing aangeven bij de gemeente Schiedam'). Stel vast met welke taak jouw lezer op de site komt en richt je tekst in op zijn vragen. Dit is ook goed voor de vindbaarheid van jouw tekst.

Bedenk een pakkende titel

Vanuit het onderwerp en het doel van je tekst bedenk je een titel. Met een pakkende, heldere titel kun je de lezer motiveren om verder te lezen.

Zo schrijf je een goede titel

- Je vat je tekst samen in de titel.
- Je formuleert de titel kort en bondig. Dit betekent: gebruik 1 of een paar woorden, maar niet meer.
- Je titel staat bovenaan de tekst.
- Je titel heeft maximaal 60 tekens. Dit is het maximaal aantal tekens dat Google laat zien.

Vat je tekst samen in 2 regels

Je schrijft een samenvatting bij een detailpagina

Deze komt meteen na de titel van je tekst. Hierin vat je de belangrijkste informatie bondig samen in 1 tot 2 regels tekst. Je schrijft dus geen nieuwe content. Zorg ervoor dat je in je samenvatting kiest voor een andere verwoording dan in je webtekst. Zo vermijd je dubbele content.

Schrijf een inleiding

Een inleiding motiveert de lezer om verder te lezen

Vaak lezen mensen alleen de eerste alinea van een webpagina. Geef de lezer hier daarom al antwoord op de wie-, wat-, waar- en waaromvraag. En schets de context van je webtekst. Zo ziet de lezer snel waar de tekst over gaat. Bijvoorbeeld:

- Over wie gaat het?
- Wat is het onderwerp?
- Waar vindt datgene plaats waarover je schrijft?
- Waarom schrijf je de tekst?

Let op: de inleiding is geen samenvatting. Want in de inleiding schets je de context van je webtekst. En motiveer je de lezer om verder te lezen. De samenvatting is puur informatief.

Houd je tekst overzichtelijk en helder

Zorg dat je tekst begrijpelijk en prettig is voor iedereen. Hieronder lees je hoe je dat aanpakt.

Zet de belangrijkste informatie iedere keer bovenaan

Want zoals je al las in de inleiding van dit hoofdstuk lezen mensen een webtekst vluchtig. Dus zorg dat de lezer op elk moment kan stoppen met lezen, maar wel de boodschap heeft begrepen. Zet dus altijd de belangrijkste alinea bovenaan. En zet binnen iedere alinea de belangrijkste zin vooraan. Je bouwt je alinea verder op als een piramide. Dit kwam al eerder in deze schrijfwijzer aan bod bij het schrijven van brieven. Je begint dus met de kernboodschap, vervolgens onderbouw je deze en je sluit af met de feitelijke informatie, of de bewijsvoering.

Tip: kun je tussen de zinnen steeds ‘want’ denken in plaats van ‘daarom’? Dan ben je goed op weg!

Zorg dat je het kort houdt

Want lezers zitten niet op lange webteksten te wachten. Vertel dus alleen de informatie die de lezer echt moet weten. En verwijst eventueel door naar andere pagina's voor meer achtergrondinformatie. Zo houd je iedere alinea zo kort mogelijk.

Gebruik tussenkoppen

Maak steeds van de belangrijkste boodschappen tussenkoppen. Dit hoeft niet per se een hele zin te zijn, zoals bij brieven en e-mails. Het belangrijkste is dat de tussenkop de lading van jouw alinea dekt. Je maakt je koppen dikgedrukt, zodat ze opvallen. Zo is het voor je lezer in 1 oogopslag duidelijk welke boodschappen jij hebt. Daaronder komt dan je alinea. We hebben een aantal tips voor het maken van goede tussenkoppen:

- Een tussenkop is een woord of een paar woorden.
- Koppen zijn zo veel mogelijk uitnodigend, passend bij de tekst, concreet, persoonlijk, gericht op actie of gevolgen voor de lezer.
- Koppen moeten relevante zoektermen hebben. Dit is nodig voor de vindbaarheid van de pagina.
- Laat in je koppen zien welk probleem je oplost. Bijvoorbeeld: Hoe paspoort aanvragen?

Maak ook gebruik van opsommingen

Zo creëer je overzicht en houd je de tekst eenvoudig leesbaar. En ze helpen bij de vindbaarheid van je tekst in zoekmachines. Heb je 3 of meer onderwerpen? Maak dan een opsomming met bulletpoints. Je leest [hier](#) meer over de stijlregels voor opsommingen.

Gebruik verzorgde spreektaal

Deze afspraak geldt niet alleen voor onze brieven en e-mails, maar ook voor onze webteksten. Want eenvoudig taalgebruik is goed voor iedereen, voor laaggeletterden én hooggeletterden. Je leest er meer over in het [hoofdstuk schrijfstijl](#). Maak je tekst dus niet moeilijker dan nodig. Twijfel je of een woord makkelijk genoeg is? Kijk dan eens op www.ishetb1.nl.

Schrijf zinnen van ongeveer 12 tot 15 woorden

Dat is een richtlijn die je helpt je zinnen kort te houden. Je leest er meer over in het [hoofdstuk schrijfstijl](#). Een paar tips om lange zinnen in te korten:

- Gebruik liever een punt dan een komma.
- Maak van een 'als, dan'-zin een vraag-antwoordzin.
- Schrijf actief. Vermijd dus 'zullen', 'kunnen', 'worden' en andere hulpwerkwoorden.
- Schrijf één boodschap per zin.

Maak betekenisvolle hyperlinks

Daarmee bedoelen we dat het slim is om een link te verwerken in de tekst. En dus niet een losse zin te schrijven voor de hyperlink. Dit is goed voor de vindbaarheid. En je voorkomt zo onnodige tekst. Wees wel zuinig met het gebruik van hyperlinks. Als je iets kort uit kunt leggen, doe dat dan.

Voorbeeld

- Niet: [klik hier](#) voor het achtergronddocument.
- Wel: Lees het [achtergronddocument](#).

Vermeld een aantal dingen niet

Zo voorkom je overbodige informatie

Want deze informatie kan de lezer ook al ergens anders vinden. Of de lezer heeft de informatie niet nodig. Het gaat om de volgende 3 dingen:

- Ons telefoonnummer (14 010). Dit telefoonnummer staat al in de footer.
- Het e-mailadres van de gemeente. Gebruik in plaats daarvan het contactformulier. Zo komen vragen via een centrale ingang binnen.
- Contactgegevens van medewerkers. Ook hiervoor gebruik je het contactformulier.

Social media

We vinden het belangrijk dat iedereen zich op een professionele manier laat zien op social media. Want je wordt altijd gezien als een medewerker van de gemeente. Ook als je niet aan het werk bent. In dit hoofdstuk lees je over de spelregels die we hiervoor hebben opgesteld. En je leert hoe je een goed social media bericht schrijft. Maar heb vooral ook veel plezier op social media!

Jij bent online ook een ambassadeur van de gemeente

Wees eerlijk en open

Dit vinden we erg belangrijk. Want ben je niet eerlijk en open en hebben anderen dit door? Dan kan dit jouw reputatie en die van de gemeente Schiedam ernstig schaden. En dat willen we voorkomen. Laat op jouw social mediakanalen ook altijd duidelijk zien wie je bent. Gebruik je jouw persoonlijke account eigenlijk alleen voor je werk? Zorg dan dat je je functie in de omschrijving van je account zet.

Weet waar je over praat en zorg dat de feiten kloppen

Je bent nauwkeurig en betrouwbaar wanneer je praat met anderen op social media. Je laat merken dat je naar anderen luistert en helpt ze als ze vragen hebben. Weet je ergens het antwoord niet op? Laat dit dan weten en verwijst de ander bijvoorbeeld door naar een collega.

Zorg dat je van toegevoegde waarde bent

Vraag jezelf af hoe je relevant en van toegevoegde waarde kunt zijn. Deel bijvoorbeeld tips, informatie en leuke weetjes. En help anderen met jouw ervaringen. Tijd is en blijft kostbaar en anderen volgen je alleen als je echt iets interessants te melden hebt.

Let op met wat je deelt

Deel belangrijke en praktische informatie eerst met het webteam

We bedoelen hiermee bijvoorbeeld informatie over regelingen of gemeentelijke bijeenkomsten. Dit is belangrijke informatie voor onze inwoners en ondernemers. Staat dit nog niet op social media? Stuur dan eerst een mail naar webteam@schiedam.nl. Het webteam zet deze informatie dan op de social mediakanalen van de gemeente. Daarna kun jij het bericht van het webteam delen op jouw eigen social media. Zo zorgen we ervoor dat we belangrijke informatie altijd helder en vanuit 1 kanaal communiceren.

Ben je bewust van de kracht van social media

Informatie op het internet reist snel; een tweet is zo geretweet en een Facebookbericht is zo gedeeld. Bovendien is alles wat je online publiceert voor een lange tijd openbaar en vindbaar. Zet daarom nooit vertrouwelijke of gevoelige informatie online. Twijfel je over het plaatsen van een bericht? Laat je dan adviseren door je collega's of leidinggevende.

Neem de verantwoordelijkheid voor de gevolgen van dat wat je communiceert

Heb je iets op een social mediakanaal geplaatst waar je een slecht gevoel over hebt? Of heeft het een grotere invloed dan je had verwacht? Kaart het aan bij je leidinggevende. Overleg vervolgens met team Communicatie wat je kunt doen om de mogelijke gevolgen zo klein mogelijk te houden.

Gebruik het juiste medium om iets te delen

Er is heel veel keuze

Tegenwoordig zijn er online heel veel mogelijkheden om informatie met elkaar te delen. De verschillende kanalen hebben verschillende doelen. Om je een handje te helpen hebben we het onderstaande schema gemaakt voor het gebruik van social media. Je leest in dit schema waar je bepaalde kanalen voor kunt gebruiken.

				
Gevoel	Werk.	Thuis.	Doelgericht.	Beeldend.
Gedrag	Vernieuwing zoeken, kennis delen.	Luisteren en helpen, uitnodigend en duidelijk.	Informerend en reageren.	Inspireren en aantrekken
Toon	Deskundig, professioneel.	Persoonlijk, menselijk.	Deskundig, professioneel.	Persoonlijk, menselijk.
Soorten berichten	Vacatures, blogs en interviews.	Posten en delen van berichten, video's, foto's en evenementen, en reageren op berichten.	Posten en delen van berichten, video's en foto's, en reageren op berichten.	Posten en delen van video's, foto's en story's.
Lengte bericht	1 pakkende kopregel + link naar het originele bericht of de website.	Een gedeelte van het artikel, ongeveer 80-90 woorden + link naar het originele bericht of de website. Kort filmpje mag ook, maximaal 30 seconden.	Maximaal 280 tekens. Voeg eventueel een link toe van een artikel of de website.	Een korte video, het liefst max 15 seconden. Met daaronder een kort bericht, ongeveer 20 woorden.
Beeldgebruik	Bij een bericht altijd een foto erbij.	Berichten met een foto of video hebben een groter bereik. Plaats dus altijd een beeld bij je bericht. Voor video gelden huisstijlrichtlijnen. Vraag hiernaar bij Communicatie.	Een foto of filmpje bij je bericht is geen must.	Instagram draait op beeld dus gebruik altijd goede foto's of video's voor je bericht. Voor video gelden huisstijlrichtlijnen. Vraag hiernaar bij Communicatie.

Schrijf een pakkend bericht

Denk goed na voordat je gaat schrijven

Want voorbereiding is het halve werk. Geef voor jezelf antwoord op de volgende vragen:

- Wat is het onderwerp van je bericht? Beschrijf dit zo gedetailleerd mogelijk.
- Wat is het doel van je bericht? Wil je iemand informeren, vermaken of overtuigen?
- Wie is je doelgroep? Beschrijf ook dit zo gedetailleerd mogelijk.
- Wat is de motivatie van jouw doelgroep om jouw bericht te lezen? Wat verwachten ze van jouw bericht?

Het doel van je bericht bepaalt de structuur

Informeren

Wil je met jouw bericht iemand informeren? Begin dan met de belangrijkste boodschap. En geef daarna meer informatie over deze boodschap. Of bijvoorbeeld een website waar de lezer meer kan informatie kan vinden.

Vermaken

Wil je met jouw bericht iemand vermaken? Begin je bericht dan met een 'approach'. Dit is een leuke introductie waar je de aandacht van je lezer mee trekt. Zoals bijvoorbeeld een citaat, een vraag of een gedichtje. Kies een approach die bij je doelgroep past. Daarna geef je de inhoudelijke boodschap.

Overtuigen

Wil je met jouw bericht iemand overtuigen? Speel dan in op het koopmotief van de lezer om zijn aandacht te trekken. Het koopmotief is de reden waarom de lezer geïnteresseerd is in jouw bericht. Wat heeft hij aan jouw boodschap, product of dienst? En waarom zou hij zich laten overtuigen door jou? Koopmotieven zijn bijvoorbeeld:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------|
| • Gezondheid | • Empathie |
| • Liefde en samenzijn | • Zekerheid en veiligheid |
| • Bezitsdrang | • Nieuwsgierigheid |
| • Trots | • Ontspanning |
| • Waardering | • Gemakzucht |
| • Verantwoordelijkheidsgevoel | • Eten en onderdak |

Het koopmotief verschilt vaak per doelgroep. Jongeren lezen een bericht bijvoorbeeld met een andere reden dan oudere mensen. Bedenk bij het schrijven van je bericht dus voor welke doelgroep je schrijft en welk koopmotief deze doelgroep heeft.

Voorbeeld

Stel, je verkoopt auto's en je gaat een nieuw model promoten. Je schrijft 3 berichten voor 3 verschillende doelgroepen, maar de auto blijft hetzelfde.

Ouderen

Bij ouderen richt je je op het comfort en de veiligheid van de auto. Zij vinden het vooral belangrijk dat ze er zorgeloos mee op pad kunnen.

Gezinnen

Bij gezinnen richt je je op de hoeveelheid ruimte die de auto heeft. En bijvoorbeeld ook op veiligheid. Zodat ouders hun hele gezin makkelijk van A naar B kunnen brengen.

Jonge mannen

Jonge mannen kopen de auto misschien wel met een andere reden. Zij willen met hun auto hun status laten zien. Ze hebben een drang om de mooiste en beste auto te bezitten. En die drang kan vervuld worden met deze auto.

Schrijf duidelijk en vriendelijk

Dit is erg belangrijk voor social mediaberichten. Want je hebt vaak maar weinig tekst om je boodschap duidelijk te maken. Dus je boodschap moet kort maar krachtig zijn. Gebruik daarbij de afspraken over schrijfstijl uit deze schrijfwijzer. In het kort betekent dit:

- Gebruik eenvoudige woorden.
- Gebruik korte zinnen. Die zijn makkelijker te lezen en hebben meer impact.
- Schrijf actief.
- Schrijf lezersgericht.

Maak gebruik van foto's als ondersteuning

Want beeld trekt de aandacht. En dit zorgt ervoor dat iemand jouw bericht minder snel overslaat. Uit onderzoek blijkt zelfs dat berichten met een foto 94% meer bekeken worden dan berichten met alleen tekst. En dat berichten met een foto 2x zoveel likes krijgen. Als je een foto gebruikt, let dan wel op een paar dingen:

- Zorg ervoor dat je altijd zelfgemaakte foto's gebruikt. Dit komt geloofwaardiger over dan foto's van het internet.
- Zorg voor een verzorgde foto. Hiermee bedoelen we een foto met goed licht, die niet bewogen is en waar het onderwerp duidelijk op staat.
- Als je een foto met mensen gebruikt, vraag dan altijd om toestemming. Gebruik liever geen foto's van kinderen, tenzij je hier toestemming voor hebt. Twijfel je? Neem dan contact op met team Communicatie.

Bestuursvoorstellen

In dit hoofdstuk lees je hoe je een goed bestuursvoorstel schrijft. Met een bestuursvoorstel bedoelen we een adviesnota voor het college of een raadsvoorstel. Bij het schrijven van een bestuursvoorstel volg je deze stappen:

1. Waar zit jouw tekst in de beleidscirkel?
2. Schrijf lezersgericht
3. Maak de 30-secondenlijn van je bestuursvoorstel
4. Formuleer de onderbouwing
5. Vul de overige rubrieken in

Onderaan dit hoofdstuk vind je ons format voor het schrijven van een bestuursvoorstel. Kijk op SharePoint onder Adviesnota voor meer informatie.

Stap 1: Waar zit jouw tekst in de beleidscirkel?

Informatiefase, opiniefase of adviesfase?

Bedenk voordat je gaat schrijven goed wat precies het doel is van jouw voorstel. En check dit ook bij de opdrachtgever. Wil hij alleen informatie? Wil hij een overzicht van de opties? Of wil hij een advies van jou? Dit bepaalt het soort voorstel dat je schrijft. En hoeveel je er schrijft. Want als de opdrachtgever bijvoorbeeld informatie wil én een advies, dan schrijf je dus twee voorstellen. In dit hoofdstuk gaan we in op de adviesfase.



Stap 2: Schrijf lezersgericht

Beantwoord de lezersvragen

Je verplaatst je in de lezer. Dus: wat wil de lezer weten? En dus niet: wat wil jij vertellen? De vragen van de lezer bepalen de opbouw van het voorstel. Met ons format beantwoord je de volgende lezersvragen:

1. Waar moet ik 'ja' tegen zeggen?
2. Waar komt deze vraag vandaan?
3. Waar draagt het advies op de lange termijn aan bij?
4. Waarom zou ik 'ja' zeggen?
5. Wat zijn de nadelen, beperkingen en risico's?
6. Hoe is het bedrag opgebouwd?
7. Wat is de praktische aanpak na dit besluit?

Stap 3: Maak de 30-secondenlijn van je voorstel

Zo zorg je voor een goede structuur

Zorg ervoor dat je beslisser het voorstel op hoofdlijn kan lezen. Breng daarom een duidelijke 30-secondenlijn aan. Wil je lezer meer weten? Dan leest hij de volgende leeslagen. Dat zijn de onderbouwing en overige rubrieken. Details vindt de lezer in de bijlage. Voeg je een informatienota als bijlage toe? Verwijs hier dan ook naar in je tekst.

De 30-secondenlijn bestaat uit 3 stappen

1. Besluit (Het college besluit...)

- De rubriek is zuiver. Er staan dus geen argumenten, kanttekeningen of uitvoering.
- De rubriek bevat alle beslispunten. Wat niet in de rubriek staat, is niet besloten.
- Schrijf één beslispunt per punt. Gebruik daarbij altijd deze volgorde:
 1. inhoudelijk (wat gaat er veranderen?)
 2. financieel (wat kost het?)
 3. procedureel (zijn er procedurele wijzigingen nodig?)

2. Argumenten (*want...*)

- Schrijf nog geen onderbouwing of bewijsvoering.
- Je argumenten zijn overtuigende stellingen.
- Gebruik verschillende soorten argumenten, betrek ook andere beleidsgebieden.
- De argumenten zijn kort: 1 regel.

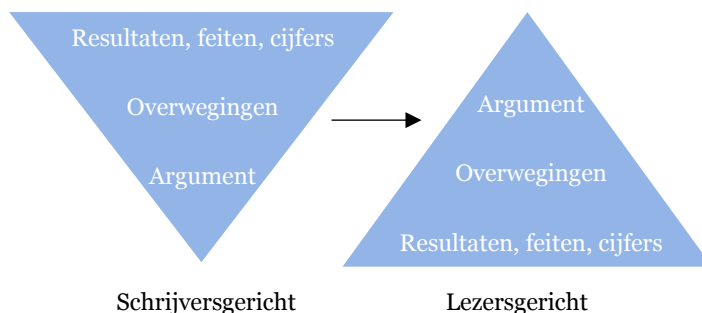
3. Kanttekeningen (*maar...*)

- Speel in op de zorgen van de beslisser. Wat gebeurt er als ik 'ja' zeg?
- Laat zien dat je een volledige overweging hebt gemaakt.
- In deze rubriek kun je ook voordelen van alternatieven weergeven. En laten zien waarom je toch voor dit advies kiest.
- De kanttekeningen zijn kort: 1 regel.

Stap 4: Formuleer de onderbouwing

De argumenten onderbouw je op een lezersgerichte manier

Je zorgt ervoor dat de belangrijkste informatie vooraan staat. Je beantwoordt als eerst de vraag 'Hoezo dan?'. Dit is je onderbouwing met een stelling. Daarna beantwoord je de vraag 'Waar blijkt dat uit?'. Dit is de feitelijke informatie waar je je argument op baseert. Deze informatie komt onderaan te staan. Zo schrijf je in de vorm van een piramide, net zoals bij brieven en e-mails.



Ook de kanttekeningen onderbouw je lezersgericht

Je beantwoordt ook de vragen ‘Hoezo dan?’ en ‘Waar blijkt dat uit?’. In je onderbouwing weerleg of neutraliseer je je kanttekening als het mogelijk is. Zo promoot je jouw voorstel weer. En ziet de beslisser dat je ook over de risico’s van je voorstel hebt nagedacht.

Stap 5: Vul de overige rubrieken in

Schrijf de aanleiding

Hier geef je de voorgeschiedenis of samenhang met andere zaken aan. Waarom kom jij *nu* met dit voorstel? Ook beschrijf je hier als er eerder een besluit genomen is. Staat er een begrip in jouw stuk dat toelichting nodig heeft? Dan licht je dat begrip in de inleiding toe. Verwijs voor details en achtergrondinformatie naar de bijlage. Zo blijft het kort, maximaal 10 regels.

Je benoemt het maatschappelijke doel

Beschrijf waaraan het voorstel bijdraagt. Dit is het beoogd effect. Benoem hier niet het directe resultaat maar vooral het langetermijneffect. Zorg ervoor dat het doel aansluit bij de beleidskaders. Maak (een onderdeel) daarnaast zo concreet en meetbaar mogelijk. Dan kunnen we later evalueren of het doel gehaald is.

Je benoemt de kosten bij het onderdeel financiën

Geef hier alleen toelichting bij het gevraagde bedrag. Hier schrijf je geen financiële beslispunten of argumenten.

Je beschrijft hoe we jouw advies uit gaan voeren

Welke stappen ondernemen we als het besluit genomen is? Welke planning heb je voor ogen? Geef aan of en hoe er gecommuniceerd wordt naar eventueel betrokkenen. Denk na over publicaties. Geef hier ook aan hoe, door wie en wanneer de evaluatie plaatsvindt.

Je geeft eventuele bijlagen

Benoem hier de bijlagen die bij het voorstel horen.

Ons format voor bestuursvoorstellen

BPR- en INT. NUMMER:	DATUM
STELLER	
PORTEFEUILLEHOUDER(S):	
PUBLICATIE BESLUIT :	Openbaar/Geheim Alle stukken zijn openbaar, tenzij er gegronde redenen zijn voor geheimhouding. Criterium voor geheimhouding is de Wob (met name financieel-economische belangen en/of privacybescherming). Een stuk dat wel openbaar is, maar voor een bepaalde periode nog niet voor het publiek beschikbaar mag zijn, krijgt de aanduiding ‘embargo tot(specifieke datum of gebeurtenis)’.
ONDERWERP:	Geef zo kort mogelijk aan waar het over gaat (ongeveer 5 kernwoorden). Let op: het ‘onderwerp’ is niet geen beslispunt.
BIJLAGE(N):	
A. Gevraagd besluit Wat is de beste manier om het beoogd effect te bereiken? Die vraag beantwoord je met de beslispunten. Laat dus niet alleen de punten vaststellen die jij nodig hebt in jouw proces. Maar denk na over welke discussies je het college wilt laten voeren. Dan ondersteun je goede besluitvorming. Vormeisen: • Onderwerp + te + werkwoord. • Bied één discussie per besluit: splits anders in meerdere punten. • Nummer alle besluiten (1,2, 3 etc. – geen dubbele nummering; dat komt bij ‘argumenten’ en evt. bij ‘kanttekeningen en risico’s’). • Geef eerst de inhoudelijke besluiten, daarna financieel en procedureel.	
B. Aanleiding De aanleiding is kort, maximaal 8 regels. In de aanleiding beantwoord je twee vragen: 1. Waarom kom je <i>nu</i> met dit advies? Geef een concrete aanleiding. Verwijs bijvoorbeeld naar een gebeurtenis, vergunningaanvraag of een eerder besluit. Of afspraken uit andere beleidsdocumenten. 2. Wat heb ik nodig om de tekst te begrijpen? Leg een lastige term, of een project of een wet uit. Zorg ervoor dat de lezer de tekst kan plaatsen. Let op: dit is niet altijd nodig. Geef alleen context als het relevant is. Details gaan naar de bijlagen. Tip: schrijf de aanleiding als een van de laatste rubrieken. Zo voorkom je herhaling, want veel informatie staat dan al op de juiste plek in het format.	
C. Maatschappelijk doel Wat wil je bereiken met dit besluit? Vaak is deze wens al eerder besloten door de raad als stip op de horizon in een kadernota. Of wil het college een oplossing voor een ongewenste situatie. Combineer deze wens met een concreet resultaat. Dus maak je doel Smart. Je hebt hier niet meer dan een paar regels voor nodig. Bijvoorbeeld: ‘Een hogere verkeersveiligheid in wijk X. Het aantal ongevallen op de rondweg is in 2018 gedaald met	

xx%.’

D. Argumenten

1.1 Dit besluit is de beste manier om het beoogd effect te bereiken

Hier creëer je de samenhang in het hele stuk. De bestuurders willen het beoogd effect/maatschappelijk doel bereiken. De beslispunten zijn de beste manier om daar te komen. En in de argumenten geef je aan waarom dat zo is.

1.2 Het voorstel past in het ingezet beleid

Overweeg als een van de eerste argumenten aan te geven dat het voorstel in het bestaand beleid past. In de tekst onder het cursieve kopje geef je exact aan binnen welk programma het past en op welke manier het daaraan uitvoering geeft. Heb je in de aanleiding of het beoogd effect al naar dat programma verwezen? Doe het dan hier niet nog een keer.

1.3 Een kernargument is duidelijker als het genummerd is

Nummer de argumenten als er meerdere beslispunten zijn. Daardoor ziet de lezer snel welk argument bij welk besispunt hoort. Dit maakt je verhaal overtuigender. Gebruik een dubbele nummering (1.1, 1.2, 1.3, 2.1, etc.). Het eerste cijfer slaat op het besispunt. Het tweede cijfer op het argument.

1.4 Argumenten als cursieve statements lezen een stuk sneller

Formuleer de cursieve kernargumenten als statements. Een statement is een uitspraak die je onderbouwt met verdere argumentatie. Het statement is te koppelen aan het besispunt met het woordje ‘want’.

1.5 Verschillende soorten argumenten hebben een grotere overtuigingskracht

Bouw je argumentatie integraal op. Daarvoor gebruik je verschillende soorten argumenten. Denk daarbij aan bijvoorbeeld financiële argumenten (dit voorstel is het goedkoopst), of juridische argumenten (het voorstel sluit aan op bestaande wetgeving). En denk aan sociale -, personele -, milieutechnische – of analogie argumenten.

1.6 Als dit voorstel integraal is afgestemd, dan is dit een krachtig argument

Staan alle betrokken afdelingen (intern) of alle betrokken partijen (extern) achter dit voorstel, neem dit dan altijd als (integraal)argument.

E. Kanttekeningen en risico's

1.1 Kanttekeningen of risico's zorgen voor de juiste balans

Natuurlijk hoeft er niet bij elk advies een kanttekening. Vermeld alleen de relevante kanttekeningen. Het is niet de bedoeling dat je alle tegenargumenten voor het voorstel gaat opnoemen. Wel is het belangrijk dat je alle relevante risico's definieert.

1.2 Maak de kanttekening zo scherp mogelijk

Benoem niet alleen de constatering. Dan weet de lezer niet hoe zwaar de informatie weegt. Wat is nu echt het probleem van deze informatie? In het gunstigste geval doen de kanttekeningen meer dan alleen het risico aangeven. De kanttekeningen schatten dat risico ook in. Geef een waardeoordeel over de kanttekening (bijvoorbeeld: @ is acceptabel/aanvaardbaar/nihil). Daarvoor geef je aan: hoe groot is de kans op @? Hoe erg is het als we @.

1.3 Gebruik dezelfde vorm als bij argumenten en sluit aan op 'maar'

Ook bij kanttekeningen vat je de kern samen in een cursief statement. Laat de zin aansluiten op 'maar'. De toelichting onder het statement vult het statement aan. Ook bij kanttekeningen is de nummering gekoppeld aan de adviezen. En de schuingedrukte zin boven elke alinea zorgt ook hier voor overzicht.

1.4 Neem afwijkende standpunten van betrokken partijen mee als kanttekening

Dit geldt voor standpunten van interne (betrokken) afdelingen en externe partijen.

F. Financiën

Vermeld hier alleen de rekensom van het bedrag. En vermeld het als er subsidies of bijdragen van derden zijn. Geef ook aan of het bedrag incidenteel is of niet. Neem hier geen financiële argumenten/adviezen op. Financiële aspecten die een inhoudelijk argument vormen om een bepaald besluit wel/niet te nemen, zijn immers onderdeel van de argumenten voor (D.) of de kanttekeningen/risico's/'maars' (E.).

G. Uitvoering (planning, communicatie, publicatie, evaluatie/controle, etc.)

Welke vervolgstappen worden wanneer gezet?

Moeten in de toekomst nog aanvullende bestuurlijke besluiten worden genomen en wanneer?

Geef aan of en hoe er gecommuniceerd wordt naar eventueel betrokkenen. Met wie ga je wanneer waarover communiceren? Is er een communicatieplan opgesteld? Verwijs naar dat plan in de bijlage.

Schrijven voor laaggeletterden

Een op de vijf Schiedammers is laaggeletterd. We willen dat ook zij onze communicatie kunnen begrijpen. Bedenk wel eerst wat de beste manier is om een laaggeletterde inwoner te benaderen. Misschien is het handiger om te bellen. Of om een afspraak te maken. Ga je toch een brief schrijven? In dit hoofdstuk vind je tips voor het schrijven van een brief aan laaggeletterden.

Laaggeletterden hebben een lager taalniveau dan B1

Als je de tips uit deze schrijfwijzer volgt, schrijf je op taalniveau B1. Dat betekent dat ongeveer 80% van de Nederlanders je brief of e-mail snapt. Bij taalniveau B1 gaat het vooral om woordkeuze, structuur en de lengte van een tekst. Maar laaggeletterden hebben vaak een lager niveau: taalniveau A2. Dit taalniveau gaat nog een stap verder: welke informatie geef ik wel en welke niet?

Lezers op taalniveau A2 willen echt alleen het strikt noodzakelijke lezen

Veel nuance en achtergrondinformatie valt daardoor weg. Dat maakt schrijven voor lezers met zo'n laag taalniveau een echte uitdaging. Taalniveau A2 betekent ook: nog korter, actiever en eenvoudiger.

Schrijf dus een korte, heldere brief

In deze brief leg je in 2 of 3 korte alinea's uit wat de lezer per se moet weten. Je geeft antwoord op de wat-, waarom- en hoe-vraag. Schrijf je over een juridisch besluit? Zorg dan dat je de juridische onderbouwing toevoegt als bijlage. Dit is niet noodzakelijk voor de lezer en kan voor veel verwarring zorgen. Zorg er wel voor dat ook deze bijlage helder en begrijpelijk is.

Zo schrijf je een tekst op taalniveau A2:

1. Maak je tekst niet langer dan een half A4'tje. Dit zijn ongeveer 200 woorden.
2. Gebruik duidelijke en eenvoudige tussenkoppen die meteen de kernboodschap laten zien.
3. Maak je alinea's niet langer dan 8 zinnen.
4. Schrijf zinnen van gemiddeld 9 woorden.
5. Gebruik voor iedere zin dezelfde grammaticale opbouw: onderwerp + persoonsvorm + rest van de zin.
6. Gebruik makkelijke en concrete woorden, die kinderen kunnen begrijpen. Dus geen vaktaal, jargon of figuurlijk taalgebruik.
7. Gebruik steeds hetzelfde woord voor hetzelfde begrip.
8. Schrijf woorden van maximaal 12 letters.

Twijfel je of een woord geschikt is?

Op www.zoekenenvoudigewoorden.nl kun je zien of een woord geschikt is voor iemand met taalniveau A2. Is je woord te moeilijk? Bedenk dan eerst of je het woord kunt vervangen door een eenvoudiger woord. Kan dit niet? Leg het woord dan goed uit.

Bekijk het voorbeeld hieronder

In het voorbeeld zie je een tekst voor taalniveau B1 en een vertaling voor taalniveau A2.

Taalniveau B1

Onderwerp: uw schuld

Beste meneer XXX,

U krijgt vanaf <datum x> hulp van ons bij het aflossen van uw schuld. Deze hulp verandert. U leest in deze brief wat er precies gaat veranderen.

U heeft geen schulden meer

U heeft uw schulden helemaal afgelost volgens onze afspraken. Dat betekent dat u onze hulp niet meer nodig heeft. Daarom stopt de hulp die u van ons krijgt.

U krijgt uw inkomsten weer op uw eigen rekening

Wij kregen uw inkomsten, zodat wij uw schulden namens u konden aflossen. Dat hoeft nu niet meer. Geeft u zelf uw rekeningnummer door aan uw werkgever of aan de organisatie waarvan u een uitkering krijgt? Let op: heeft u een Budgetbeheer rekening bij ons? Dan krijgen wij wel nog steeds uw inkomsten.

U gaat uw studieschuld weer afbetalen

U heeft een studieschuld bij DUO. Hiervoor betaalt u iedere maand een bedrag terug. Dit hoefde niet terwijl u uw andere schulden afloste. Nu u deze schulden niet meer heeft, gaat u dus weer verder met het afbetalen van uw studieschuld. DUO neemt hierover contact met u op.

Stel mij gerust uw vragen

Hiervoor bereikt u mij op <telefoonnummer>. U bereikt mij van maandag tot en met vrijdag van 9.00 tot 12.00 uur.

Met vriendelijke groet,

Taalniveau A2

Onderwerp: uw schuld

Beste meneer XXX,

U krijgt vanaf <datum x> hulp van ons bij het betalen van uw schuld. U leest in deze brief over uw hulp.

U heeft geen schulden meer

U heeft uw schulden helemaal betaald. U heeft onze hulp niet meer nodig. U krijgt daarom geen hulp meer van ons.

U krijgt uw geld weer op uw bankrekening

Wij kregen het geld van uw baan of uitkering. Wij betaalden daarmee uw schulden. Dat hoeft nu niet meer. U krijgt daarom weer uw geld.

U geeft uw rekeningnummer door

U geeft het door aan uw baas. Of u geeft het door aan het bedrijf waarvan u een uitkering krijgt.

U gaat uw studieschuld weer betalen

U heeft een studieschuld bij DUO. U betaalt de studieschuld weer vanaf <datum>. U krijgt hierover een e-mail van DUO.

U heeft vragen?

U kunt mij bellen op <telefoonnummer>. U bereikt mij van maandag tot en met vrijdag van 9.00 tot 12.00 uur.

Met vriendelijke groet,

Checklist

Is je tekst af en ben je tevreden? Gebruik dan deze checklist om te kijken of je niks vergeten bent.

Boodschap

Ik focus op wat de lezer wil weten of moet weten.

Ik focus op wat de lezer met de tekst kan doen.

Ik heb een duidelijke kernboodschap.

Ik spreek de lezer rechtstreeks aan waar dat kan.

Ik respecteer de lezer door een toon die past bij de situatie.

Structuur

De tekst heeft een duidelijke titel.

De tekst is in duidelijke deelonderwerpen ingedeeld door rubriektitels.

De structuur van de tekst is zichtbaar, bijvoorbeeld door tussenkopjes en opsommingen.

De tekst is overzichtelijk in alinea's ingedeeld.

De tekst heeft een duidelijke plaats in het geheel van de informatie, bijvoorbeeld op een website.

De tekst bevat relevante links naar andere informatie.

Formulering

De tekst bevat geen formele en zwaarwichtige woorden.

De tekst bevat weinig moeilijke woorden en legt de moeilijke woorden uit.

Er staan weinig of geen afkortingen in de tekst.

Er staat uitleg bij de afkortingen die niet algemeen bekend zijn.

De zinnen en de alinea's zijn niet te lang.

De zinnen zijn eenvoudig geformuleerd.

Toetsing

Ik heb voldoende tijd vrijgemaakt voor de tekst.

Ik heb de kwaliteit van de tekst getoetst door die voor te leggen aan collega's.

Ik heb de kwaliteit van belangrijke teksten getoetst door die voor te leggen aan de doelgroep in een lees- of gebruikerspanel.

Ik heb de tekst zorgvuldig afgewerkt door de spelfouten, taalfouten en andere slordigheden eruit te halen.

De tekst heeft een aangename en leesbare opmaak.

De opmaak van de tekst en het beeldmateriaal voldoen aan de richtlijnen van het merkbeleid en de huisstijl van mijn organisatie.

De website waarop de tekst staat, voldoet aan de richtlijnen voor een gebruiksvriendelijke digitale dienstverlening.

Bron (Overheid Vlaanderen)

Huisstijlregels

Algemene regels

- Alleen de kopjes zijn vetgedrukt. Vetgedrukte opmaak bij kopjes/titels gaat automatisch in de opmaak van het Word sjabloon (zie Stijlen). Maak deze dus niet handmatig vetgedrukt.
- Maak de tekst niet cursief.
- Gebruik geen puntkomma in de lopende tekst maar een dubbele punt.
- Gebruik geen Engelse termen.

Inwoners, burgers of de stad?

Heb je het in je tekst over de inwoners?

Gebruik deze benaming dan. Dat is persoonlijk.

Heb je het in je tekst over inwoners, ondernemers, instellingen, verenigingen etc. als groep?

Dan kun je 'de stad' gebruiken.

Hoofdletters

- Schrijf een hoofdletter aan het begin van de zin.
- Schrijf namen met een hoofdletter. Tenzij de naam niet met een hoofdletter begint.

Getallen en bedragen

- Schrijf de getallen in cijfers. Dus niet: twee, negentien. Wel: 2, 19.
- Bij bedragen staat het euroteken vóór het bedrag gevolgd door een spatie en het bedrag. Daarna komt een komma en streepje. Gebruik een punt als scheidingsteken van duizendtallen.
Bijvoorbeeld: € 12.000,- of € 23,50.

Telefoonnummers

De contacten komen centraal binnen bij ons Klantcontactcentrum. Daarom schrijven we onder 'doorkiesnummer' het algemene nummer 14 010. Schrijf je een zakelijke brief en ben je altijd rechtstreeks bereikbaar? Dan schrijf je hier je doorkiesnummer.

- Vaste telefoonnummers: 010 219 xx xx of 14 010 (let op de spaties)
- Mobiele nummers, schrijf in tweetallen: 06 39 00 03 89.

Data

- De datum schrijven we voluit: 28 januari 2019
- We gebruiken geen jl. of a.s.

Tijdstippen

- 16.00 uur
- Van 09.00-17.00 uur
- Of: 09.00 tot en met 17.00 uur

Gemeente Schiedam

- Schrijf gemeente zonder hoofdletters, als het woord ergens midden in een zin staat.
- Gemeente Schiedam is een vrouwelijk woord. Daarbij hoort een vrouwelijk bijvoeglijk naamwoord.
- Als je 'gemeente' weghaalt, is het wel onzijdig (Het Schiedam van de twintigste eeuw).

Voorbeeld

- De gemeente Schiedam en haar medewerkers.
- Maar: Schiedam en zijn jenevervelden.

Verwijzingen

Zet een verwijzing in een voetnoot onderaan je pagina.

Iconen

Iconen verduidelijken in veel gevallen je tekst. Bijvoorbeeld bij een brief of op de website. Download de [iconenset](#) via de online huisstijlhandleiding.

Voorbeeld



Bel de gemeente en vraag naar een medewerker van het team Vergunningen.

Bijlage

Woordenlijst eigentijdse woorden

Gebruik altijd eigentijdse en veelvoorkomende woorden. Dat is duidelijk voor de lezer. Dus geen ouderwetse en ingewikkelde woorden.

Gebruik dus niet:

aangaande
aangezien
aanwenden
aldaar
aldus
als gevolg van
alsdan
alsmede
alvorens
bedraagt
behoudens
berichten
bescheiden
betreffende
bewerkstelligen
bij deze stuur ik
bijgevolg
c.q.
conform
daar
daarenboven
dan wel
dankzeggen
derhalve
desalniettemin
dienaangaande
dienen
doch
doen toekomen
door middel van
echter
een bedrag van € 100,-
een drietal
een en ander
eerder bedoelde
eerder genoemde
eveneens

Maar gebruik:

over
omdat
gebruiken
daar
dus
door
dan
en ook
voordat
is
behalve / op voorwaarde van
laten weten
stukken
over
ervoor zorgen
als bijlage stuur ik
dus, dan ook
en, of
volgens, gelijk aan
omdat
bovendien
of
danken
daarom
toch
hierover
moeten/kunnen
maar
sturen, zenden
met, door, via
maar, toch
€ 100,-
drie
deze, dit, die
die, deze
deze, dit of die
ook

gaarne	graag
geschieden	gebeuren, plaatsvinden
gezien het feit dat	omdat
heden vandaag	op <datum>
het schrijven	de brief
hiernavolgende	volgende
immers	toch, want
in deze	hierover, hierin
in dier voege	zodanig
in het kader van	bij, binnen, in, om, als onderdeel van
in het licht van	omdat
in het ongerede raken	zoekraken, kwijt, verloren, stuk
in toenemende mate	steeds meer, steeds vaker
indien	als, wanneer
ingeval	als
ingevolge	door
inzake	over
jegens	wat betreft, tegenover
krachtens	door
mededelen	laten weten
mededeling doen van	laten weten
medio oktober	half / halverwege oktober
meerdere	meer, diverse
met betrekking tot	over, voor
met het oog op	om
met referte aan	[noemen waaraan je refereert]
middels	via, door, met
naar aanleiding van	omdat, door, over, na
naar behoren	correct
navolgende	volgende
ofschoon	al, hoewel
omtrent	over
ondanks het feit dat	hoewel
onder invloed van	door
ondergetekende	ik, mij
onderhavige	dit, deze, die
ontvangen	krijgen
op deze wijze	zo
op welke wijze	hoe
recht op	krijgen
reeds	al
respectievelijk	vaak: of
restitutie	terugbetaling
retourneren	terugsturen
te allen tijde	altijd
te uwen name	op uw naam
telefonisch onderhoud	telefoongesprek
ten aanzien van	voor, op, over

ten behoeve van	voor
ten gevolge van	door
ten gunste van	voor
ten tijde van	op dat moment
teneinde	om
ter hand stellen	doorsturen, aanbieden
ter zake van	voor, over
tevens	ook
tezamen	samen
thans	nu
tijdvak	periode
ultimo	uiterlijk
uw schrijven d.d.	uw brief van <datum>
van de kant van	van
van de zijde van	van
van toepassing op	geldt voor
vanwege het feit dat	omdat
vergen	noodzakelijk maken
vernemen	horen
vertaalslag	uitwerking
vertrouwen	rekenen op
verzoeken	vragen
vigerende	huidige
voldoen	betalen
voor het geval dat	als, wanneer
vooralsnog	voorlopig
voorgaande	deze, die, dit
voornemens zijn	van plan zijn of willen
voornoemd bedrag	dit bedrag [of het bedrag herhalen]
voorshands	voorlopig
voorts	verder
vorenstaande	deze, die, dit
wat betreft	voor, over
welke	wat, wie
wijze	manier
woonachtig zijn	wonen
zoals gesteld in	zoals in ... staat
zorgdragen	zorgen
zulks	deze, dit, die

Colofon

Stadskantoor, Stadserf 1
Postbus 1501, 3100 AE Schiedam