



Den Haag

Heldere Taal

Gemeente Den Haag Schrijftips

Mei 2019



Wat goed dat je dit leest

En nu we toch je aandacht hebben: neem alsjeblieft de tijd om verder te lezen.

Met deze Schrijftips geven we je tips om je communicatie effectiever te maken.

Of het nou een brief is aan een Hagenaar, een bericht op social media of een interne e-mail aan je collega; het is altijd fijn als iemand direct begrijpt wat jouw boodschap is of wat je van de ander verwacht.



“Heldere
taal is geen
kinderachtige
taal”

Waarom is Heldere taal zo belangrijk?

- Iedereen begrijpt je tekst
- Mensen lezen liever eenvoudige teksten
- Je komt beter over
- Mensen hebben meer vertrouwen in je
- Je bereikt beter het doel van je communicatie
- Je lezer leest en begrijpt je tekst heel snel
- Je krijgt geen vragen meer van je lezer
- Je maakt minder schrijffouten
- Je komt vriendelijker over
- Je bespaart geld

Helder schrijven lijkt vanzelfsprekend

Maar in de praktijk blijkt het niet zo gemakkelijk. Het komt regelmatig voor dat mensen niet op afspraken komen opdagen, te laat betalen, niet reageren of 14070 bellen omdat ze informatie uit een brief niet goed begrijpen.

Heldere taal begrijpen we allemaal

Laten we meteen een groot misverstand uit de wereld helpen: Heldere taal is geen kinderachtige taal. Het is taal die we allemaal prettig vinden om te lezen en nog belangrijker: taal die de meeste mensen kunnen lezen. Je taal stem je af op je doelgroep. Je geeft de lezer zo het gevoel dat je hem serieus neemt. Dat betekent soms ook dat je gebruik maakt van verschillende uitingen (een brief, flyer, nieuwsbericht, ...) en kanalen (post, een huisbezoek, social media, bioscoopschermen, ...).

Genoeg verteld. Nu aan de slag!

We kunnen nog uren met je doorpraten over het belang van Heldere taal, maar dan schieten we ons doel voorbij. Ga gewoon lekker aan de slag. Je zult zien dat het je werk alleen maar leuker maakt. In deze Schrijftips geven we praktische tips voor het schrijven van brieven, e-mails en nota's. Wil je meer advies of hulp, neem dan contact met ons op. We zijn bereikbaar via helderetaal@denhaag.nl of via Werknet (zoekterm: heldere).

Hopende u hiermede voldoende te hebben geïnformeerd, verblijven wij;-)

Team Heldere taal

Directie Communicatie & Citybranding

Gemeente Den Haag

Bereid je goed voor

Weet voor wie je schrijft

Je schrijft niet voor jezelf, maar voor een of meer anderen. Om je boodschap goed te kunnen

overbrengen moet je je afvragen wie je lezer is. Het college van B en W? Een collega? De bewoners van een bepaalde straat? Probeer de gezichten van je lezers 'door je beeldscherm heen' te zien. Vraag je af hoeveel voorkennis je lezer al heeft en hoe zijn houding is over het onderwerp. Weet je niet precies wie je tekst gaat lezen? Bijvoorbeeld omdat je voor de website schrijft? Onderzoek dan samen met de directie Communicatie & Citybranding wat je over de doelgroep te weten kan komen. Pas daar je taal(niveau) op aan.

Je hoofddoel kun je vaak opsplitsen in subdoelen: welke informatie is voor je lezer van belang om je hoofddoel te bereiken? Verplaats je zo goed mogelijk in de situatie van je lezer: wat is belangrijk voor hem/haar? Wat wil iemand weten? Welke vragen heeft hij/zij? Natuurlijk kun je niet altijd weten welke vragen je bij je lezer oproept. Maar je kunt wel zorgen dat je tekst antwoord geeft op belangrijke vragen als: wie, wat, waar, waarom, wanneer, hoe enz.

Weet wat je wil zeggen

Veel teksten mislukken omdat de schrijver eigenlijk niet weet wat hij zeggen wil. Soms staan er wel mooie volzinnen op papier, maar heeft de lezer geen idee wat hij ermee moet. Daarom moet je als schrijver een helder beeld hebben van je hoofddoel. Maak, voordat je begint met schrijven, dat doel concreet. Vraag jezelf af: Wat wil ik dat de lezer doet met mijn tekst? Het belangrijkste doel van je tekst kun je vaak kort en krachtig formuleren. Bij een toelichtende tekst over een belastingaanslag is je belangrijkste doel dat mensen hun belasting zonder problemen betalen. Vermijd vage doelen als 'mensen informeren' of 'mensen overtuigen'. Zulke doelen leiden vaak tot een stortvloed aan (overbodige) informatie.

Kies eerst het juiste communicatiemiddel

Een brief of een e-mail lijkt soms zo handig, maar denk altijd eerst goed na of bijvoorbeeld een telefoontje of langsgaan niet veel effectiever is.

"Probeer de gezichten van je lezers 'door je beeldscherm heen' te zien"

Schrijf je tekst

Begin met de belangrijkste boodschap

Zorg dat de lezer direct weet waar het in je tekst om draait. Val dus met de deur in huis.

De belangrijkste boodschap staat meteen aan het begin van je tekst.

Als die boodschap pas ergens halverwege je tekst staat, loop je het risico dat de lezer inmiddels is afgehaakt.

✗ **Dus niet:** *Naar aanleiding van intern dossieronderzoek is gebleken dat er van veel van onze medewerkers geen legitimatiebewijs in ons bezit is.*

✓ **Maar:** *Wij hebben geen legitimatiebewijs van veel van onze medewerkers.*

Dat bleek uit ons interne dossieronderzoek.

Zorg ook voor een duidelijke en passende titel. De titel van je tekst (of onderwerpregel van je e-mail) is een belangrijke wegwijzer. Vaak bepalen lezers alleen al op basis van de titel of ze de tekst gaan lezen of niet. Een goede titel is concreet en maakt direct duidelijk waar de tekst over gaat.

Kies de juiste woorden

De meeste burgers werken niet bij de overheid en kennen dus niet ons jargon. Wat voor ons helder lijkt, is voor de gemiddelde burger niet te snappen. Denk aan woorden als doorontwikkelen, uitrollen, beleid, belanghebbende, citymarketing, conform, geagendeerd, gemeentelijke verordening, stakeholders. Op Werknet staat 'De moeilijke woordenlijst' met alternatieven voor dit soort woorden. Kijk hier werkenet.denhaag.nl/portalen/communicatie

Kies het juiste taalniveau

Je hebt misschien weleens gehoord van taalniveau B1. Ooit is afgesproken dat dit het basistaalniveau is voor overheidscommunicatie. Als je je teksten op dit niveau schrijft of laat schrijven, weet je dat het grootste deel (80%) van de bevolking ze kan lezen en begrijpen. Maar 20% dus niet. Een vaak is dat juist de groep die je wilt bereiken. Bestaat jouw doelgroep ook of vooral uit mensen met een lager taalniveau? Pas je communicatie daar dan op aan. Je kiest bijvoorbeeld voor een ander taalniveau of een ander kanaal/middel. Jouw collega's van de directie Communicatie & Citybranding geven je graag advies.

"Zorg dat de lezer
direct weet waar
het in je tekst
om draait.
Val dus met de
deur in huis."

Er zijn zes taalniveaus:

A1 (Laagst)	De lezer begrijpt vertrouwde namen, woorden en zeer eenvoudige zinnen.
A2	De lezer begrijpt korte, eenvoudige en persoonlijke brieven.
B1	De lezer begrijpt brieven in eenvoudige spreektaal of in de taal die bij zijn werk past.
B2	De lezer begrijpt artikelen en verslagen over eigentijdse problemen en literair proza.
C1	De lezer begrijpt complexe teksten, specialistische artikelen en technische instructies.
C2 (Hoogst)	De lezer kan alles lezen.

Schrijven op A1, A2 of B1 is een vak apart. Er zijn in Nederland enkele bureaus die hier heel bedreven in zijn en je kunnen helpen bij het maken van teksten op deze niveaus. Team Heldere taal brengt je er graag mee in contact.

Toch zelf een tekst schrijven?

Gebruik dan altijd de checklist van Direct Duidelijk: directduidelijk.nl/schrijftips/checklist-voor-teksten.

Of je makkelijke woorden hebt gebruikt, kun je controleren op de websites ishetb1.nl/ en <https://www.zookeenvoudigewoorden.nl>

Doe alsof je een gesprek voert

Bij het schrijven van overheidsteksten gebeurt iets vreemds. Iets wat je aan je collega mondeling heel gemakkelijk, kort en bondig kan vertellen, heeft op papier veel meer (moeilijke) woorden nodig. Probeer daarom tijdens het schrijven te bedenken hoe je dit mondeling zou vertellen aan iemand die niks van jouw onderwerp af weet. Hiermee voorkom je dat je in 'beleidstaal' gaat communiceren.

Soms moet je over een onplezierig of gevoelig onderwerp schrijven. Sommige schrijvers gaan dan vage termen gebruiken. Ze draaien om de boodschap heen. Of ze proberen de boodschap wat positiever te formuleren dan hij in werkelijkheid is. Helaas bevordert dat de begrijpelijkheid van je tekst niet. Of het levert wantrouwen op. Breng je boodschap daarom duidelijk en zonder omhaal. Ook bij slecht nieuws.

"Probeer tijdens het schrijven te bedenken hoe je dit mondeling zou vertellen."

“Met je tekst wil je bereiken dat de lezer iets doet, iets laat of je tekst gewoon helemaal leest.”

Schrijf actief en persoonlijk

Actief

In een actieve zin is degene die de handeling uitvoert, het onderwerp van de zin: de burgemeester knipt het lint door. We kunnen deze zin ook passief maken: het lint wordt doorgeknipt door de burgemeester.

In een passieve zin (ook wel lijdende zin genoemd) is het onderwerp niet actief. Het ondergaat een handeling. Een passieve zin bevat altijd een vorm van het hulpwerkwoord ‘worden’ of ‘zijn’ en een voltooid deelwoord. Een tekst met veel lijdende vormen is afstandelijk en vaag. Vooral in ambtelijke taal gebruiken we de lijdende vorm vaak zonder reden. Schrijf daarom zoveel mogelijk actief.

✗ **Dus niet:** *Over tien dagen worden de onderhandelingen tussen de gemeenten Rotterdam en Den Haag hervat.*

✓ **Maar:** *Over tien dagen hervatten de gemeenten Rotterdam en Den Haag de onderhandelingen.*

✗ **Dus niet:** *De samenvatting van deze beleidsnotitie wordt eind april gerealiseerd.*

✓ **Maar:** *Eind april brengt de gemeente een samenvatting uit van deze beleidsnotitie.*

Soms mag je de lijdende vorm wel gebruiken. In de volgende zin bijvoorbeeld:

‘De ondergrondse restafvalcontainers worden woensdag geleegd.’ In die zin is het niet zo belangrijk wie de containers leegt, maar vooral **dát** ze worden geleegd. Gebruik de lijdende vorm alleen als je er een goede reden voor hebt. Meestal is dat niet het geval.

Persoonlijk

Met je tekst wil je bereiken dat de lezer iets doet, iets laat of je tekst gewoon helemaal leest.

Zorg daarom dat de lezer zich aangesproken voelt. Dat doe je met een persoonlijke manier van schrijven. Spreek de lezer direct aan met u of jij. En gebruik wij of ik als je het over de gemeentelijke organisatie hebt.

✗ **Dus niet:** *Bezwaar kan gemaakt worden bij...*

✓ **Maar:** *U kunt bezwaar maken bij...*

"Kies daarom
zoveel mogelijk
voor een
positieve
schrijfstijl."

Gebruik duidelijke koppen

Het gebruik van korte alinea's met kopjes in je tekst, helpt de lezer bij het begrijpen van jouw tekst. Bedenk wel dat je de kopjes goed kiest en dat ze lezersgericht zijn. Maak geen kopjes omdat je kopjes moet maken. Binnen de gemeente Den Haag adviseren we het gebruik van kernzinkoppen. Dit zijn kopjes die bestaan uit volledig (korte) zinnen die samenvatten wat er in de onderstaande alinea staat. Als de lezer alleen de kernzinkoppen zou lezen, weet hij eigenlijk al genoeg.

Een voorbeeld:

Uw paspoort verloopt op 1 juni 2019.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Vraag voor 1 mei 2019 een nieuw paspoort aan bij de gemeente.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Maak een afspraak op onze website: www.denhaag.nl

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Bel als u vragen heeft met 14070

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Je ziet dat de lezer de kern van de brief begrijpt als hij alleen de kopjes zou lezen. Het schrijven van kernzinkoppen is niet gemakkelijk. Team Heldere taal helpt je graag.

Denk en schrijf positief

Je woordkeus bepaalt voor een groot deel hoe je boodschap overkomt en hoe de lezer je tekst waardeert. Kies daarom zoveel mogelijk voor een positieve schrijfstijl. Een tekst met veel ontkenningen leest niet prettig. Schrijf ook positief bij een negatieve boodschap, bijvoorbeeld in een aanmaning. Zo voorkom je weerstand. Want niemand vindt het prettig om op de vingers getikt of betutteld te worden.

✗ **Dus niet:** *Geef u niet te laat op.*

✓ **Maar:** *Geef u op tijd op.*

✗ **Dus niet:** *Wij sommeren u de openstaande rekening binnen 14 dagen na dagtekening van deze brief te betalen. Doet u dat niet dan schakelen wij een incassobureau in.*

✓ **Maar:** *Betaal de openstaande rekening voor 1 mei. Zo voorkomt u dat wij een incassobureau moeten inschakelen.*

Pas op met ontkenningen

Gebruik het woord 'niet' zo min mogelijk. Mensen lezen vaak over dat woord heen. En het is vaak duidelijker en effectiever om in de tekst te zetten wat iemand wél moet doen.

✗ **Dus niet:** *Vergeet niet uw oude paspoort mee te nemen.*

✓ **Maar:** *Neem uw oude paspoort mee.*

Maak de opsomming zichtbaar

Als een lange zin een opsomming bevat, is het beter om die ook als opsomming herkenbaar te maken. Net als in een recept. De lezer ziet dan meteen om welke punten het gaat.

✗ **Dus niet:** *Benodigdheden tiramisu: een pak lange vingers, mascarpone, kopje afgekoelde koffie, glaasje amaretto.*

✓ **Maar:** *Benodigdheden tiramisu:*

- *een pak lange vingers*
- *mascarpone*
- *kopje afgekoelde koffie*
- *glaasje amaretto*

De onderdelen van je opsomming begin je met streepjes of puntjes (bullets). Cijfers of letters kunnen ook, maar dat is alleen zinvol als je er in je tekst naar verwijst.

Gebruik niet meer woorden dan (er) nodig zijn

Schrijven is schrappen. Want lezers hebben haast. Ze willen snel, kort en helder geïnformeerd worden. Dikke rapporten en lange teksten worden zelden helemaal gelezen. Ga uit van het principe: minder is meer. Dat betekent dat je zoveel mogelijk overbodige woorden, zinnen en paragrafen schrapt. En zijpaden en clichés vermijdt. Zo krijg je concrete teksten die lekker lezen.

"Ga uit van het principe: minder is meer."

Help de lezer met een punt

Ook lange zinnen maken een tekst onnodig ingewikkeld. De kans is groot dat je lezer halverwege de draad kwijtraakt. En door de overdaad aan informatie loop je als schrijver het risico dat je zin ontspoot. Daarom is een zin in eenvoudig Nederlands kort. Gemiddeld niet meer dan 12 woorden. Probeer zo te schrijven dat je tekst korte én langere zinnen bevat. Een beetje afwisseling leest namelijk prettiger. Zinnen langer dan 12 woorden zijn bijna nooit nodig. Heb je toch zo'n lange zin? Haak die dan in stukken!

- ✗ **Dus niet:** Op de informatieavond, waar de burgemeester de bewoners zal toespreken over de nieuwe school, krijgt u ook een filmpje te zien over het nieuwe schoolgebouw.
- ✓ **Maar:** De burgemeester komt ook op de informatieavond. Hij vertelt over de nieuwe school. Ook ziet u een filmpje over het nieuwe schoolgebouw.

Vermijd figuurlijke taal

Lang niet alle lezers begrijpen figuurlijke taal (beeldspraak, spreekwoorden, gezegden). Vooral laaggeletterden en mensen die niet in Nederland geboren zijn, hebben daar moeite mee. De kans bestaat dat zij figuurlijke taal letterlijk nemen.

- ✗ **Dus niet:** Houd de nieuwsbrief in de gaten.
- ✓ **Maar:** Lees de volgende nieuwsbrief.
- ✗ **Dus niet:** Deze maatregel is een effectief wapen tegen eenzaamheid.
- ✓ **Maar:** Deze maatregel helpt goed tegen eenzaamheid.
- ✗ **Dus niet:** Dit nieuws heeft ons overvallen.
- ✓ **Maar:** Dit nieuws kwam voor ons heel plotseling.

Vermijd afkortingen

Natuurlijk is het klantgericht om je brieven niet vol te stoppen met afkortingen.

Simpelweg omdat je lezer je dan vaak niet begrijpt. We hebben immers een brede doelgroep. We bedoelen overigens niet de afkortingen die eigenlijk al vaste begrippen zijn geworden. Denk aan TROS of AOW. Hiervan gebruikt niemand de uitgeschreven versie.

- ✗ **Geen jl. en a.s.**
Van afkortingen als 'jl.' en 'a.s.' kent iedereen de betekenis, maar die zijn weer volledig overbodig. Het spreekt immers voor zich dat je de datum in dit jaar bedoelt.

En het jaartal noem je ook niet. Dat doe je alleen:
als het niet voor zich spreekt dat je dat jaar bedoelt;
als het noemen van de datum juridisch van belang is.

✗ **Geen t.a.v.**

Tot slot kun je 't.a.v.' in de adressering weglaten. Het voegt niets toe!

✓ **Schrijf voluit**

Deze afkortingen schrijf je gewoon voluit:

wrsch.:	waarschijnlijk
z.s.m.:	zo snel mogelijk
m.a.w.:	met andere woorden
incl.:	inclusief
t/m:	tot en met

✓ **Kies een alternatief**

Voor deze afkortingen kun je beter een alternatief zoeken:

m.b.t.:	over
t.a.v.:	over
n.a.v.:	weglaten!
t.g.v.:	vanwege/door
t.b.v.:	voor
m.b.v.:	met
m.i.:	volgens mij

“Vertrouw niet
blind op je
spellingscontrole
in Microsoft
Word.”

Schrijf correct Nederlands

Twijfel je? Kijk dan op taalunie.org/

de site van de Nederlandse Taalunie. Of zoek het even op in het Groene Boekje, de officiële woordenlijst van de Nederlandse Taal. Vertrouw niet blind op je spellingscontrole in Microsoft Word.

Kies de juiste beelden

Soms is het goed om een foto of andere afbeelding bij je tekst te gebruiken. Dat werkt alleen als het iets verduidelijkt. Als je schrijft dat we een brug op een bepaalde plek in de stad gaan repareren, is een foto van die brug of een plattegrond waar het ligt vaak duidelijker. Een handig trucje: laat collega's of mensen in de stad de afbeelding zien zonder de bijbehorende tekst en vraag wat ze zien. Zo kom je er snel achter of jouw afbeelding dezelfde betekenis oproept als de tekst.

De VNG heeft een handige kennisbank voor beeldtaal: www.gebruikercentraal.nl/instrumenten/kennisbank-beeldtaal/

Maar klopt het juridisch dan nog wel?

Een veel gehoord argument voor het behoud van moeilijke woorden en ingewikkeld taalgebruik is de juridische waterdichtheid. Toch kan je ook juridische besluiten in Heldere taal uitleggen. Het is altijd mogelijk om de ingewikkelde teksten te verplaatsen naar een bijlage waarnaar je in jouw kerntekst verwijst. De lezer is in eerste instantie benieuwd naar het besluit: Mag ik wel of geen dakkapel plaatsen? Of heb ik wel of geen recht op leerlingenvervoer?



Goed voorbeeld: beeld en tekst zijn gelijk!

Zorg dat je het antwoord op die vraag in de eerste alinea duidelijk en helder geeft. In een tweede alinea kan je vertellen hoe je tot dat besluit bent gekomen. Leg ingewikkelde termen altijd uit in Heldere taal. Team Heldere taal staat voor je klaar om je hierbij te adviseren.

Controleer bij de ontvanger

Als de brief, e-mail of nota verstuurd is, ben je nog niet klaar. Het loont altijd om te controleren of je boodschap is overgekomen. Dat kan gemakkelijk door een paar ontvangers te bellen of gewoon langs te gaan. Daarnaast adviseren we je om voordat je je tekst verstuurt, ook vooraf bij een collega of de doelgroep te controleren of ze jouw tekst begrijpen. Dat kan je ook doen bij de collega's van 14070. Zij weten als geen ander welke (telefonische) reacties sommige brieven of e-mails kunnen oproepen.

En vergeet de Stadskamer niet. In de Stadskamer kunnen Hagenaars reageren en ideeën spuien over de Haagse dienstverlening. Dus ook over onze teksten. Kijk op Werknet voor meer informatie over de Stadskamer: werknet.denhaag.nl/domeinen/publiekdomein/

Gebruik de checklist

Versillende overheidsorganisaties hebben voor het landelijke project Direct Duidelijk een checklist voor overheidsteksten gemaakt. Je vindt deze op directduidelijk.nl/aan-de-slag/maak-je-teksten-direct-duidelijk/controleer-je-tekst

Colofon

Heb je vragen over deze schrijfwijzer? Neem dan contact op met team Heldere taal via helderetaal@denhaag.nl

Oorspronkelijke samenstelling:

Loo van Eck

Directie Communicatie & Citybranding
Gemeente Den Haag

Samenstelling van deze Schrijftips:

Frank Welling en Lodewijk van Noort
Directie Communicatie & Citybranding
Gemeente Den Haag

Met dank voor de tips en reacties van onze collegiale meelezers Inge Neilen Peters, Suzanne Breukel Vreeswijk, Peggy Krul en Aart Smit

Vormgeving en productie

Gemeente Den Haag Intern Dienstencentrum

Mei 2019

© Directie Communicatie &
Citybranding/Gemeente Den Haag