

---



# Snel beter schrijven

*Samenvatting*

TAVLUILEN

---

Snel beter leren schrijven. Met dit boekje en wat mondelinge begeleiding kan iedereen dat. Geen ellenlange pagina's theorie. Wel uitdagende oefeningen en eigentijdse voorbeeldteksten. De gouden cirkel van Sinek is het uitgangspunt.

- **Waarom** schrijf je?
- **Hoe** pak je het aan?
- **Wat** gebruik je?

Je weg begint bij de vijf eisen van zakelijke communicatie en voert langs tien stappen naar het eindresultaat. De infographic op pagina 4 houdt je altijd op het juiste pad.

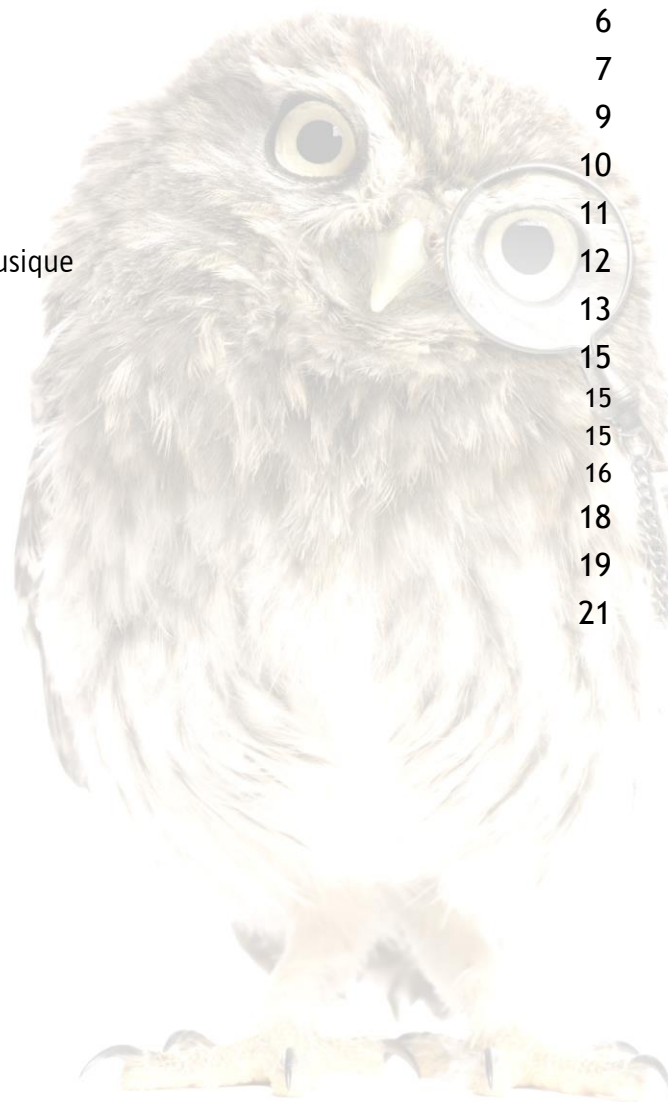
Al met al een heel praktisch boek waarmee je in tien stappen teksten schrijft die werken. En nog met plezier ook. Want taal is leuk!

Met dit boekje beschik je over handvatten om:

- te werken aan de hand van een stappenplan;
- doelen en eisen voor teksten vast te stellen;
- beter over inhoud en doelgroep na te denken;
- onderscheid te maken in teksten voor verschillende media;
- een lezersgerichte toon te hanteren;
- structuur in je tekst aanbrengen;
- fouten te signaleren en verbeteren;
- verschillende soorten teksten (her)schrijven;
- met behulp van testen verbeteringen aan te brengen.

# Inhoud

De vijf eisen van zakelijke communicatie	4
Doel: weten, vinden, doen	6
Inhoud	7
Eén boodschap per keer	9
Je doelgroep in kaart	10
Medium	11
Toon: c'est le ton qui fait la musique	12
Eerst plannen, dan bouwen	13
Leesbare teksten	15
Alinea	15
Zinnen	15
Woorden	16
Het resultaat: de tekst	18
Checklist voor je tekst	19
Vier snelle testen voor je tekst	21





---

## De vijf eisen van zakelijke communicatie

Sta voor je begint te schrijven stil bij de eisen waaraan je tekst moet voldoen.

### 1. Duidelijkheid

Zorg ervoor dat er geen onduidelikheden in je tekst staan, zoals vage termen en begrippen of vage verwijswoorden. Met een onduidelijke tekst bereik je nooit het doel dat je voor ogen staat.

### 2. Efficiëntie

Zorg voor een korte, bondige en overzichtelijke tekst, die de lezer snel kan lezen. Verwerk niet te weinig noodzakelijke informatie in je tekst, maar ook weer niet te veel. Ook overbodige of nietszeggende woorden, lange aanlopen en dergelijke zijn niet efficiënt.

### 3. Aantrekkelijkheid

Zorg voor een aantrekkelijke formulering, met voldoende variatie in zinsbouw, zinslengte en woordgebruik. Met de vormgeving van je tekst, zoals de alinea-indeling en de bladspiegel, kun je je tekst ook aantrekkelijker maken.

### 4. Gepastheid

Zorg voor een persoonlijk geschreven tekst, die past bij de relatie die je met de lezer hebt. Zorg dat je de naam van de lezer goed spelt en gebruik het juiste geslacht. Vermijd ongelukkige beeldspraak en humor.

### 5. Correctheid

Zorg voor een tekst zonder spelfouten, zinsbouwfouten en stijlfouten.



# Stap 1 – Doel

## Doel: weten, vinden, doen

In zakelijke communicatie kun je onderscheid maken tussen doelstellingen gericht op kennis, houding en gedrag.

Je probeert met je tekst altijd informatie over te brengen op de lezer.

Soms ga je een stap verder en probeer je de lezer met behulp van argumenten te motiveren of zelfs te overtuigen. Je zorgt er dan voor dat de lezer zijn houding wijzigt ten opzichte van het onderwerp.

Nog een stap verder ga je wanneer de lezer na het lezen van de tekst zelfs zijn communicatiegedrag gaat veranderen.

Informatieoverdracht is betrekkelijk eenvoudig. Het veranderen van de houding van de lezer is lastiger. Nóg moeilijker is het beïnvloeden van zijn communicatiegedrag.

Bij teksten met een overtuigend karakter en zeker bij teksten met een commercieel doel, is het cruciaal het voordeel van de klant voor ogen te houden. Belangrijk hulpmiddel daarbij is bij elke zin te denken: "Wat heeft de lezer daar aan?" Pas als de lezer zijn voordeel herkent, raakt hij overtuigd.



# Stap 2 – Inhoud

## Inhoud

Voordat je ook maar één letter op papier zet, moet je weten wat het onderwerp is van jouw tekst. Het is haast te vanzelfsprekend om hier te vermelden. En toch zijn er een paar valkuilen.

De lezer wil na afloop van jouw tekst iets wijzer zijn geworden. Iets weten wat hij voordien nog niet wist. Hij wil het onthouden, er een mening over vormen en er iets mee doen. Dat betekent dat je relatief nieuwe informatie moet verschaffen. Die hoeft helemaal niet groots of imposant te zijn. Het kan simpelweg gaan om verdieping van kennis of om een nieuw inzicht.

In de volgende tabel zie je hoe lezers kunnen reageren op de inhoud van een tekst.

Kan ik iets mee	Kan ik niets mee
iets bijzonders	verwacht
een uniek verhaal	om snel te vergeten
dat wist ik helemaal niet	ongeloofwaardig verhaal
ga ik onthouden	kun je niks mee
ga ik iets mee doen	al honderd keer gelezen
ga ik verder vertellen	leer ik helemaal niets van
om van de daken te schreeuwen	en wat heb ik daaraan?
vol voordelen	bij het oud papier
geloofwaardig verhaal	dertien in een dozijn
handige tips	copy-paste
yes! eindelijk	doorzichtig
daar heb ik wat aan	waar gaat dit in vredesnaam over?
	zonde van de tijd

---

Goede inhoud komt niet uit de lucht vallen. Daar moet je behoorlijk wat voor doen, want bijna nooit is je kennis bij de start al zo groot dat je direct kunt beginnen. Je zult vrijwel altijd research moeten doen. Doe je dat niet, dan loop je het risico dat je onwaarheden schrijft, je betoog niet goed kunt onderbouwen of in vage onzekerheden blijft hangen

Wat moet je onderzoeken?

1. Je kennis over het onderwerp.
2. Het juiste jargon.
3. Je kennis over de doelgroep.
4. Je inzicht in de opdracht.
5. Alle voors en tegens.
6. Alle namen en zakelijke gegevens.
7. Citaten.
8. De 5 W's en de H: wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe.





---

## Eén boodschap per keer

Het is belangrijk dat je de boodschap helder voor ogen hebt. Er zijn daarvoor twee hulpmiddelen:

- Schrijf niet, maar voer een gesprek. Doe alsof de lezer tegenover je zit.
- Vat de boodschap in enkele korte zinnen samen.
- Denk na of het voor de lezer lezenswaardig, interessant of zelfs boeiend is.

Beperk het aantal boodschappen in je tekst tot één.



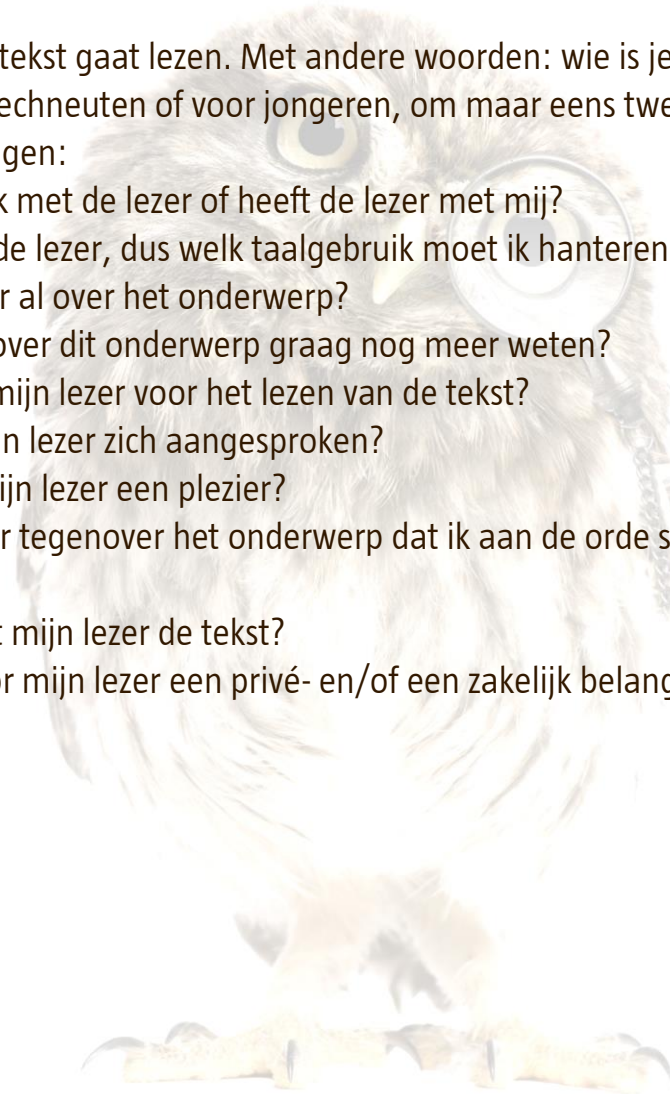
# Stap 3 – Doelgroep

## Je doelgroep in kaart

Denk goed over wie jouw tekst gaat lezen. Met andere woorden: wie is je doelgroep? Er is een groot verschil in schrijven voor technici of voor jongeren, om maar eens twee uitersten te noemen.

Stel jezelf de volgende vragen:

- Welke relatie heb ik met de lezer of heeft de lezer met mij?
- Welk niveau heeft de lezer, dus welk taalgebruik moet ik hanteren?
- Wat weet mijn lezer al over het onderwerp?
- Wat wil mijn lezer over dit onderwerp graag nog meer weten?
- Hoeveel tijd heeft mijn lezer voor het lezen van de tekst?
- Waardoor voelt mijn lezer zich aangesproken?
- Waarmee doe ik mijn lezer een plezier?
- Hoe staat mijn lezer tegenover het onderwerp dat ik aan de orde stel, wat betreft zijn belangen en opvattingen?
- Met welk doel leest mijn lezer de tekst?
- Heeft het lezen voor mijn lezer een privé- en/of een zakelijk belang?



# Stap 4 – Medium

## Medium

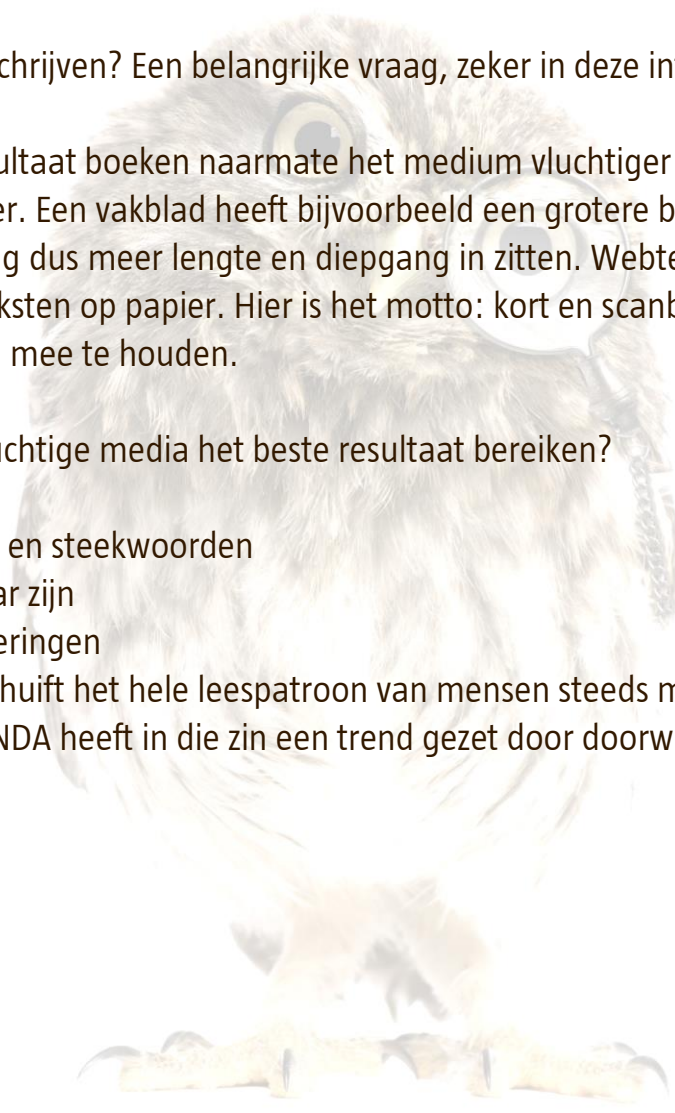
Voor welk medium ga je schrijven? Een belangrijke vraag, zeker in deze internet-tijd!

Een tekst moet sneller resultaat boeken naarmate het medium vluchtiger wordt en de afstand tussen de lezer en het medium groter. Een vakblad heeft bijvoorbeeld een grotere bewaarfunctie dan een damesweekblad. Daar mag dus meer lengte en diepgang in zitten. Webteksten daarentegen worden 25% langzamer gelezen dan teksten op papier. Hier is het motto: kort en scanbaar (zie ook pagina 25). Dit zijn zaken om rekening mee te houden.

Hoe kun je in de meest vluchtige media het beste resultaat bereiken?

- Korte teksten
- Veel opsommingen en steekwoorden
- Teksten die scanbaar zijn
- Eenvoudige formuleringen

Door gebrek aan tijd verschuift het hele leespatroon van mensen steeds meer naar vluchtig en hapklare brokken. Het magazine LINDA heeft in die zin een trend gezet door doorwrochte interviews sterk af te wisselen met korte bites.



# Stap 5 – Toon

Toon: c'est le ton qui fait la musique

**met je favoriete HEMA artikel in de folder**  
upload je foto en maak kans op een plekje in de folder



**al sinds 1936**  
Er worden 10 miljoen rookworsten per jaar verkocht, da's bijna elke seconde een rookworst!

**wie is er niet groot in geworden?**  
Bijna de helft van alle baby's in ons land draagt een HEMA rompertje.

**thuis en op het werk**  
1 op de 6 Nederlanders gebruikt een ordervan HEMA.

**goed en betaalbaar**

**banket vanaf 1940**



**ef in 5 landen**

Een leuk en makkelijk leven hoeft helemaal niet duur te zijn, vindt HEMA. Loop de winkels binnen en je ziet het meteen: nergens anders vind je die opvallende combinatie van alleen de beste artikelen voor het dagelijkse leven, met een eigen, bijzondere vormgeving, voor verrassend lage prijzen. Nergens anders kom je die eigenzinnige winkelrichting tegen. En de medewerkers staan altijd voor je klaar: trots, betrokken, met hart voor hún HEMA. Dat maakt HEMA uniek. Echt HEMA

**Toon** is de emotie die je met een tekst wilt overbrengen (Hoe).

**Stijl** is de techniek die je daarvoor gebruikt. De keuze die je maakt in alinea's, zinnen en woorden (Wat).

De inzet van beeldspraak en creativiteit bijvoorbeeld.

# Stap 6 – Structuur

## Eerst plannen, dan bouwen

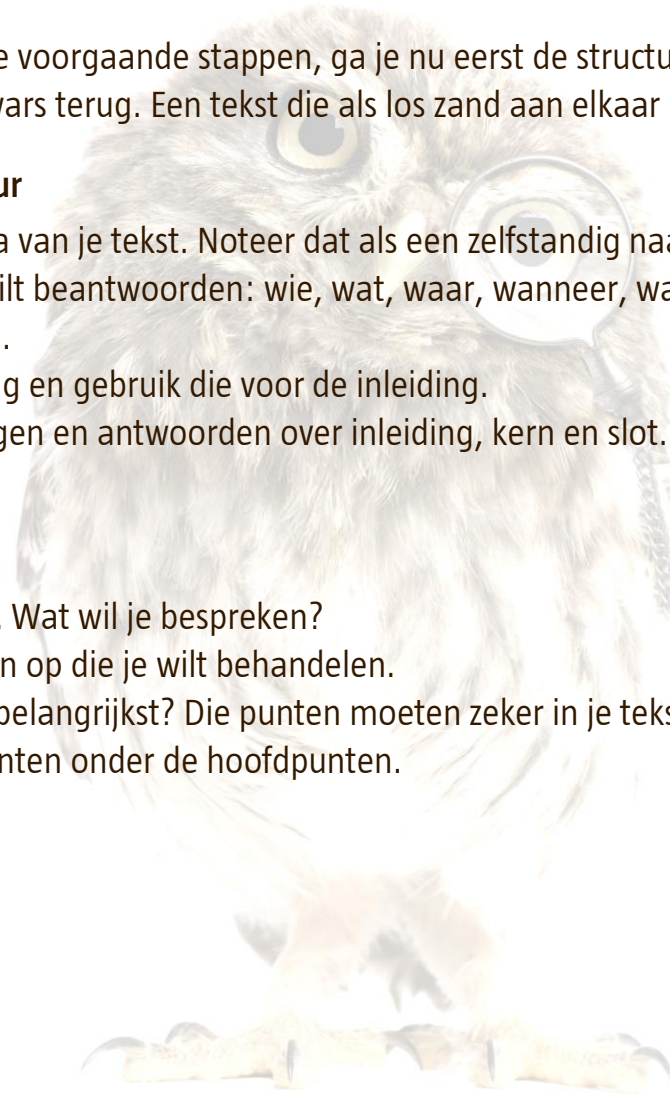
Na al het denkwerk van de voorgaande stappen, ga je nu eerst de structuur van je tekst opzetten. Je verdient dat dubbel en dwars terug. Een tekst die als los zand aan elkaar hangt, bereikt zijn doel niet.

### 1. Maak je eigen structuur

- Bepaal eerst het thema van je tekst. Noteer dat als een zelfstandig naamwoord.
- Stel de vragen die je wilt beantwoorden: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe (5xW 1xH).
- Beantwoord de vragen.
- Bepaal je centrale vraag en gebruik die voor de inleiding.
- Verdeel de andere vragen en antwoorden over inleiding, kern en slot.
- Schrijf je tekst.

### 2. Brainstormen

- Bepaal het onderwerp. Wat wil je bespreken?
- Schrijf alle hoofdpunten op die je wilt behandelen.
- Welke punten zijn het belangrijkste? Die punten moeten zeker in je tekst komen.
- Noteer bijkomende punten onder de hoofdpunten.
- Bepaal de volgorde.
- Schrijf je tekst.





### 3. Gebruik een bestaande structuur (Bron: M. Steehouder e.a. (1999), Leren communiceren. 4e herziene druk, Wolters-Noordhoff, Groningen.)

Probleemstructuur	Maatregelstructuur	Evaluatiestructuur
Wat is het probleem precies? Waarom is het een probleem? Wat zijn de oorzaken? Wat is er tegen te doen?	Wat is de maatregel precies? Waarom is de maatregel nodig? Hoe wordt de maatregel uitgevoerd? Wat zijn de effecten?	Wat zijn de relevante eigenschappen? Wat zijn de positieve aspecten? Wat zijn de negatieve aspecten? Hoe luidt het totaaloordeel? Wat kan/moet er gedaan worden?

### 4. Braindump

Een totaal andere manier van schrijven, is gewoon beginnen. Je weet alleen het onderwerp en waarom je daarover iets op papier wilt zetten.

Je schrijft je tekst in één flow en brengt achteraf de structuur aan.

- Zoek logische breaks in de tekst en maak daar alinea's van.
- Beoordeel de volgorde van de alinea's en wijzig die eventueel.
- Beoordeel de tekstinhoud op logica en aansluiting op de omliggende tekst.
- Is de inleiding echt een inleiding?
- Is de conclusie echt een conclusie?
- Plaats kopjes boven de alinea's.
- Geef de tekst een pakkende titel.

# Stap 7, 8 en 9 – Schrijven

## Leesbare teksten schrijven

En dan komt het eigenlijke schrijven. Ga uit van een lezer die jouw tekst zonder veel moeite wil lezen. En die ook doorleest. Dat vraagt om een leesbare stijl, op woord-, zin- en alinea-niveau.

### Stap 7 – Alinea

Alinea's zijn de bouwstenen van een tekst. Ze worden vaak voorafgegaan door een kop. Alinea's zorgen ervoor dat de lezer niet één grijze massa aan zinnen en letters ziet.

Binnen een alinea gaan de zinnen (meestal ongeveer zes) over hetzelfde onderwerp.

Een alinea is moeilijk:

- als hij te lang is;
- als de opbouw ingewikkeld is;
- als er geen samenhang is met andere alinea's.

Deze samenhang wordt duidelijker door:

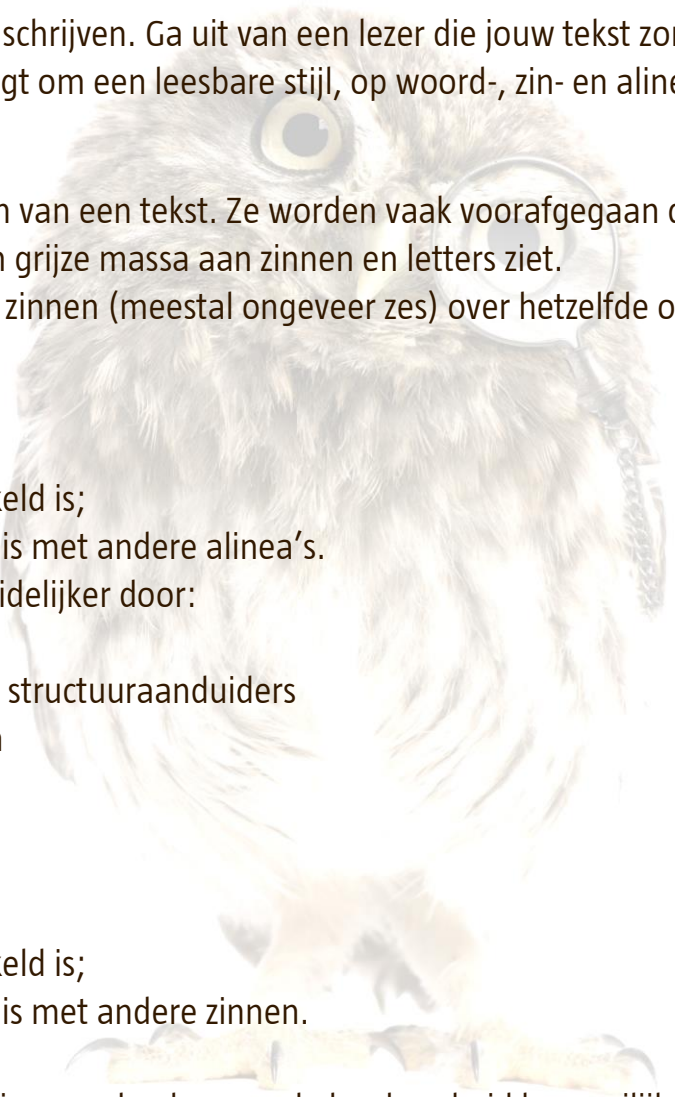
1. herhaling en verwijzing
2. verbindingswoorden en structuuraanduiders
3. een expliciete eerste zin

### Stap 8 – Zinnen

Een zin is moeilijk:

- als hij te lang is;
- als de opbouw ingewikkeld is;
- als er geen samenhang is met andere zinnen.

Zinnen van meer dan twintig woorden kunnen de leesbaarheid bemoeilijken.



Leesbaarheid	Gemiddelde zinslengte*
heel makkelijk te begrijpen	1 - 10
gemakkelijk te begrijpen	10 - 15
begrijpelijk	15 - 20
moeilijk te begrijpen	20 - 28
heel moeilijk te begrijpen	meer dan 28

### Tips voor zinnen

1. Stop niet teveel informatie in één zin.
2. Gebruik in één zin nooit meer dan één bijzin.
3. Alleen maar korte zinnen gebruiken, is ook niet verstandig.
4. Dubbele punt, haakjes en gedachtestreepjes verstoren vaak het leesgemak.
5. Kom in een zin snel ter zake.
6. Breng variatie aan in de zinsbouw.
7. Maak geen stijlfouten (contaminatie, tangconstructie, lijdende vorm. portaalvrees enz.).
8. Gebruik correcte interpunctie (komma tussen botsende persoonsvormen).

### **Stap 9 – Woorden**

Een woord is moeilijk wanneer:

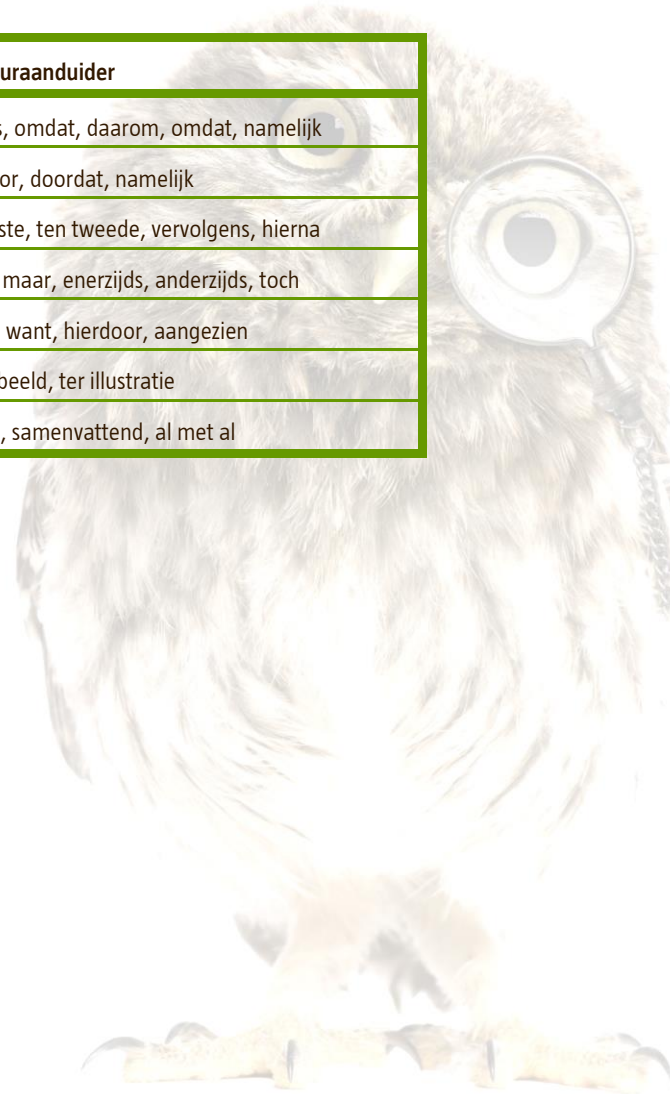
- het lang is;
- de lezer het woord niet kent, bijvoorbeeld als het gaat om moeilijke woorden en onbekende leenwoorden.

Leg moeilijke woorden uit of probeer ze te splitsen. Maak geen spel- en werkwoordfouten.

---

Sommige woorden functioneren als structuuraanduiders. Ze zorgen voor samenhang in je alinea's en je zinnen en verhogen zo het leesgemak en de kwaliteit van de tekst.

Verband	Structuuraanduiders
redengevend	immers, omdat, daarom, omdat, namelijk
oorzakelijk	daardoor, doordat, namelijk
opsommend	ten eerste, ten tweede, vervolgens, hierna
tegenstellend	echter, maar, enerzijds, anderzijds, toch
verklarend	omdat, want, hierdoor, aangezien
toelichtend	bijvoorbeeld, ter illustratie
samenvattend	kortom, samenvattend, al met al



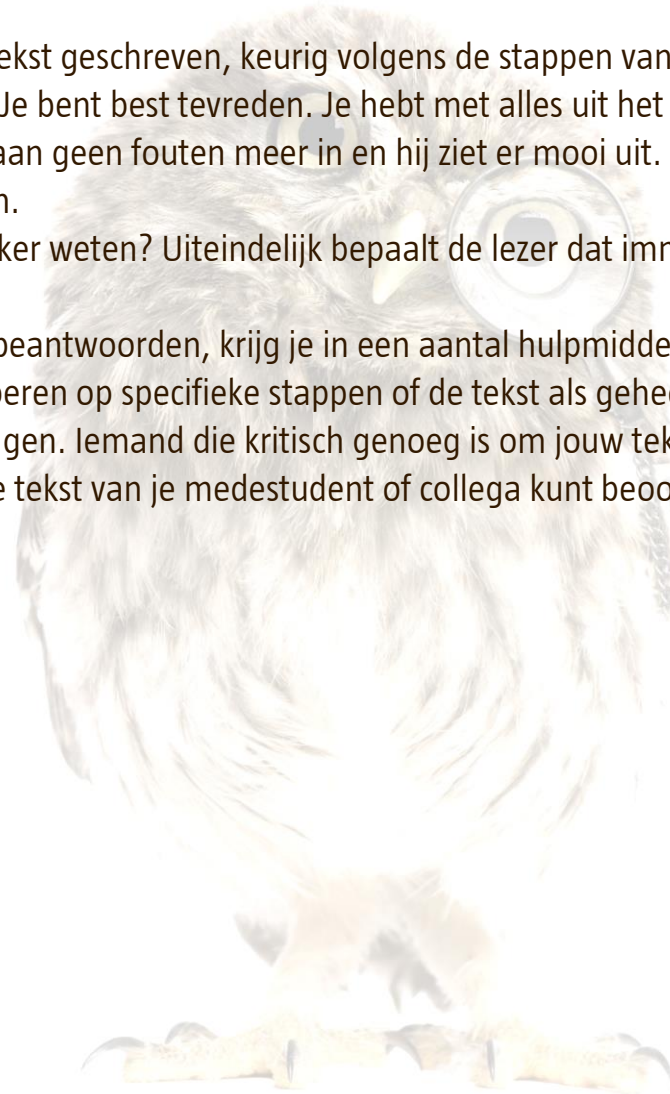
# De tekst

## Het resultaat: de tekst

Het is zover. Je hebt een tekst geschreven, keurig volgens de stappen van dit boek. De tekst staat op je scherm en je kijkt ernaar. Je bent best tevreden. Je hebt met alles uit het stappenplan op pagina 4 rekening gehouden, er staan geen fouten meer in en hij ziet er mooi uit. Naar jouw idee is het een heel leesbaar geheel geworden.

Maar hoe kun je dat zo zeker weten? Uiteindelijk bepaalt de lezer dat immers?

Om die laatste vragen te beantwoorden, krijg je in een aantal hulpmiddelen aangeboden. Een vijftal testen die jijzelf kunt uitvoeren op specifieke stappen of de tekst als geheel. Maar ook testen waarvoor je iemand anders kunt vragen. Iemand die kritisch genoeg is om jouw tekst eerlijk te beoordelen. Of andersom: waarmee jij de tekst van je medestudent of collega kunt beoordelen en verbeteren.





# Checklist

## Checklist voor je tekst

### Structuur

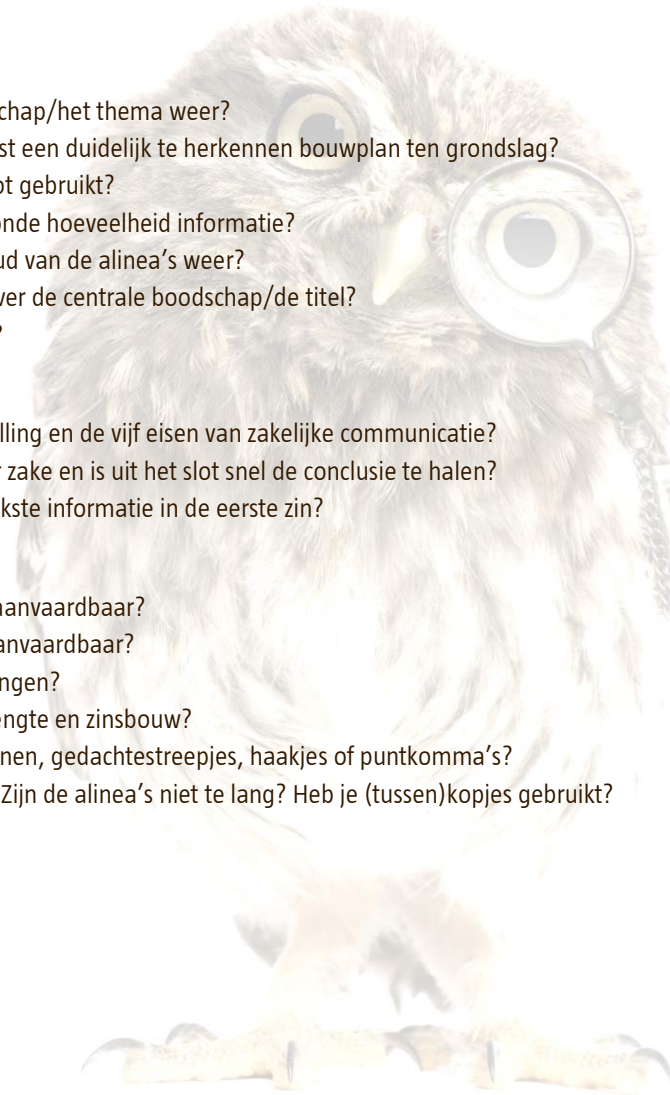
1. Geeft de titel de centrale boodschap/het thema weer?
2. Ligt aan de structuur van de tekst een duidelijk te herkennen bouwplan ten grondslag?
3. Heb je een inleiding, kern en slot gebruikt?
4. Bevatten de alinea's een afgeronde hoeveelheid informatie?
5. Geven de tussenkopjes de inhoud van de alinea's weer?
6. Zeggen alle tussenkopjes iets over de centrale boodschap/de titel?
7. Gebruik je structuuraanduiders?

### Doelgerichtheid

1. Volgt alle informatie de doelstelling en de vijf eisen van zakelijke communicatie?
2. Kom je met de inleiding snel ter zake en is uit het slot snel de conclusie te halen?
3. Staat in elke alinea de belangrijkste informatie in de eerste zin?

### Leesbaarheid

4. Is het aantal zinnen per alinea aanvaardbaar?
5. Is het aantal woorden per zin aanvaardbaar?
6. Kun je moeilijke woorden vervangen?
7. Is er voldoende variatie in zinslengte en zinsbouw?
8. Gebruik je niet te veel tussenzinnen, gedachtestreepjes, haakjes of puntkomma's?
9. Is de tekst in alinea's verdeeld? Zijn de alinea's niet te lang? Heb je (tussen)kopjes gebruikt?



### Toon en stijl

1. Schrijf je niet te formeel?
2. Ben je zuinig geweest met de werkwoorden: 'kunnen, mogen, willen, moeten, zullen en worden'?
3. Loop het onderstaande lijstje even door. Het is kleine greep uit mogelijke stijlfouten:

Stijlfouten op woordniveau	Stijlfouten op zinsniveau
wat/dat	contaminatie
omdat/doordat, daarom/daardoor	foutief beknopte bijzin
incongruentie	foutieve inversie
dan/als	foutieve samentrekking
hen/hun	tangconstructie
lijdende vorm	dubbele ontkenning
wat betreft	portaalvrees
hierbij	ten slotte/tenslotte
om	hopen

### Spelling

#### Lay-out

1. Geeft de bladspiegel een rustig beeld?
2. Heb je een lettertype en lettergrootte gebruikt die uitnodigen tot lezen?
3. Onderscheiden titel en tussenkopjes zich voldoende?

# Vier testen

## Vier snelle testen voor je tekst

### Egotest

Tel de u/jij/jouws, tel de ik/wij/onzes. Wat komt vaker voor? Een test voor de klantgerichtheid van een tekst.

### Wenkbrauwtest

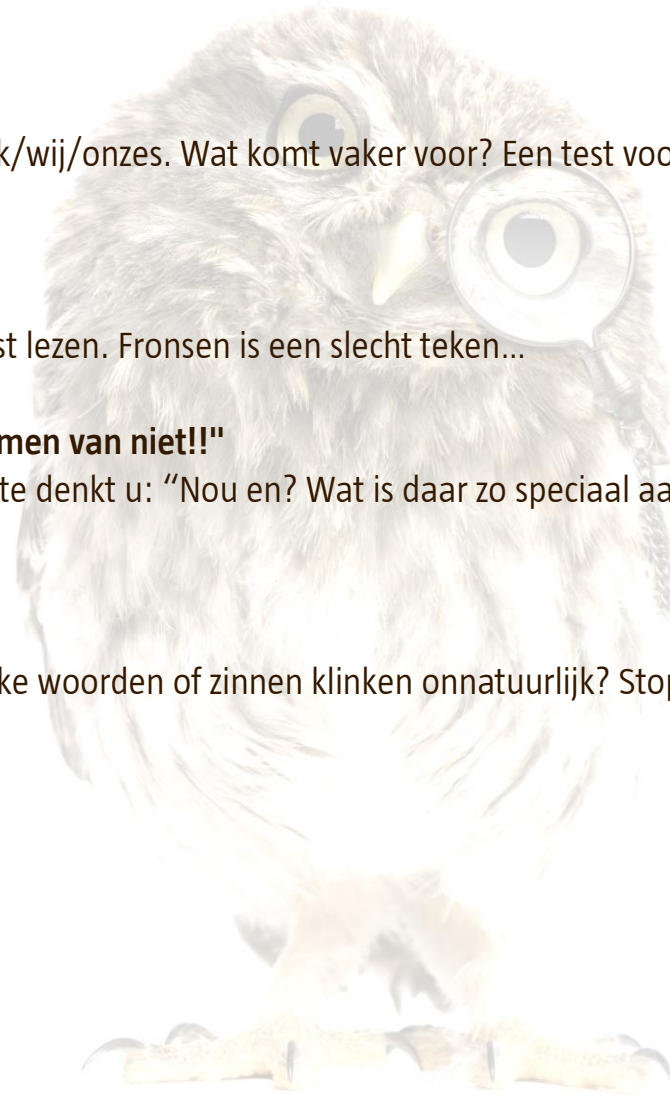
Laat een collega jouw tekst lezen. Fronsens is een slecht teken...

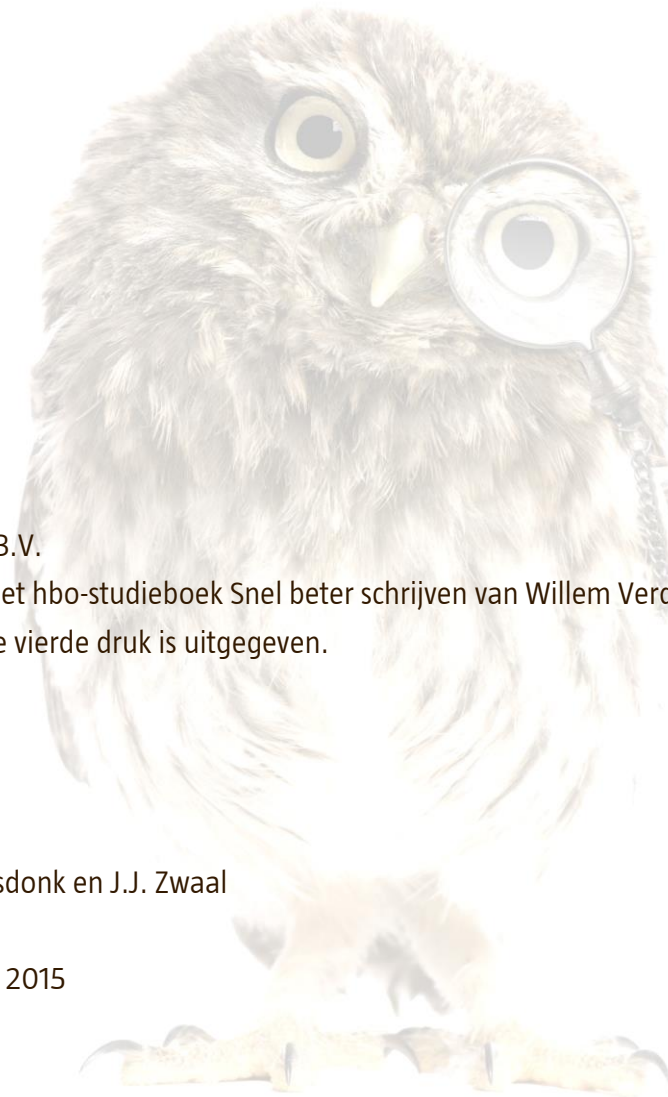
### "Moest er nog eens bijkomen van niet!!"

Bij elke bewering en belofte denkt u: "Nou en? Wat is daar zo speciaal aan? Moest er nog eens bijkomen van niet!!"

### Spreektest

Lees de tekst hardop. Welke woorden of zinnen klinken onnatuurlijk? Stop en onderstreep.





---

### **Auteursrecht**

Samengesteld door Taaluilens B.V.

Dit is een verkorte versie van het hbo-studieboek Snel beter schrijven van Willem Verdaasdonk en Joke Zwaal, dat in 2014 door Noordhoff Uitgevers in de vierde druk is uitgegeven.

© 2014 Noordhoff uitgevers.

### **Colofon**

Samenstellers: W.A.C. Verdaasdonk en J.J. Zwaal

Beeldmateriaal: Taaluilens B.V.

Documentversie 4: september 2015

[www.taaluilens.nl](http://www.taaluilens.nl)