

■ Martijn Jacobs

Teksten die wél worden gelezen

■ 20 schrijfadviezen
voor een betere
zakelijke tekst

Inhoud

Voorwoord

7

Advies 1 ■ Houd de inleiding zo kort mogelijk en wees voorzichtig met de samenvatting.

9

Advies 2 ■ Houd rekening met de beperkende omstandigheden van schrijven.

25

Advies 3 ■ Gebruik het Toulmin-model om de logica in je teksten te verbeteren.

33

Advies 4 ■ Gebruik metataal om je teksten duidelijker te maken.

43

Advies 5 ■ Gebruik emotie in je teksten.

51

Advies 6 ■ Maak je tekst aantrekkelijk met leestekens.

65

Advies 7 ■ Stem de opbouw van je tekst af op de lezersvragen en het tekstdoel.

75

Advies 8 ■ Schrijf in korte zinnen.

85

Advies 9 ■ Vermijd lijdende vormen.

93

- Advies 10 ■ Kies de juiste woorden.
103
- Advies 11 ■ Gebruik kernkoppen om je lezer snel te informeren.
117
- Advies 12 ■ Stem je tekst af op het kennis-, interesse- en taalniveau van je lezer.
125
- Advies 13 ■ Bied je informatie aan in lagen.
135
- Advies 14 ■ Gebruik een leesmotief om je lezer te interesseren voor jouw onderwerp.
149
- Advies 15 ■ Gebruik approaches om je lezer de tekst binnen te trekken.
157
- Advies 16 ■ Gebruik perspectieven om je tekst aantrekkelijker te maken.
169
- Advies 17 ■ Maak bewuste keuzes als je aan het e-mailen bent.
181
- Advies 18 ■ Wees je bewust van je communicatievoorkeuren als je schrijft.
193
- Advies 19 ■ Kies de meest geaccepteerde schrijfstijl.
203
- Advies 20 ■ Zorg dat juridische teksten niet alleen waterdicht, maar ook glashelder zijn.
209

Voorwoord

Wat is het doel van een voorwoord?

Vaak is het een momentje voor de schrijver om iemand te bedanken aan wie hij of zij schatplichtig is. Een beetje zoals tijdens een bedrijfsuitje waar de directeur tijdens de speech de feestcommissie bedankt.

Wat heb je eraan als lezer? Wat voegt het toe? Precies: niks. En in een zakelijke tekst moet alles in dienst staan van de efficiënte lezer. De lezer die zo min mogelijk tijd kwijt wil zijn met lezen.

Daarom is mijn eerste advies aan jou: houd een voorwoord zo kort mogelijk. En dus laat ik het hierbij.

Veel leesplezier.

Martijn

■ Advies 1

Houd de inleiding zo kort mogelijk en wees voorzichtig met de samenvatting.

De inleiding is alleen bedoeld om 'in te leiden'.

- 1 Je wilt de lezer helpen om (de structuur van) een tekst sneller te begrijpen.
- 2 Je wilt de lezer extra achtergrondinformatie geven om het doel direct te snappen.
- 3 Je wilt een relatie met de lezer aangaan.

Wees voorzichtig met een managementsamenvatting.

- 1 Vaak is de samenvatting een pleister voor een slecht geschreven rapport.
- 2 Soms zet de samenvatting de lezer op het verkeerde spoor.
- 3 Soms is een samenvatting te lang.

Schrijf liever een rapport dat je in 30 seconden kunt lezen.

■ Advies 1

Houd de inleiding zo kort mogelijk en wees voorzichtig met de samenvatting.

Mijn eerste schrijfadvice gaat over de inleiding en het voorwoord. Ik zie bij zakelijke teksten vaak erg lange inleidingen. In managementboeken, in rapporten, in offertes en zelfs in brieven. Al die inleidingen hebben één overeenkomst: ik sla ze vaak over. Ze boeien me niet. En dat komt omdat ik een efficiënte lezer ben. Ik wil eigenlijk maar één ding: zo snel mogelijk weten wat de schrijver me inhoudelijk te vertellen heeft.

Toch hebben schrijvers vaak de neiging om in een inleiding veel irrelevante informatie te stoppen, informatie die zij zelf interessant vinden om te vertellen. Bijvoorbeeld over de reden waarom ze een boek of rapport schrijven. Of over hoe het schrijfproces is verlopen. Ik vind dat als lezer niet boeiend. Het kost me leestijd en het voegt niks toe. Daarom is mijn eerste advies aan jou: *houd de inleiding zo kort mogelijk*.

■ De inleiding is alleen bedoeld om ‘in te leiden’.

Wat mij betreft zijn er maar een paar redenen te bedenken waarom je een inleiding schrijft.

- 1 Je wilt de lezer helpen om (de structuur van) een tekst sneller te begrijpen.
 - 2 Je wilt de lezer extra achtergrondinformatie geven om het doel direct te snappen.
 - 3 Je wilt een relatie met de lezer aangaan.
- 1 Je wilt de lezer helpen om (de structuur van) een tekst sneller te begrijpen.**
- Als je een lange tekst schrijft, is het soms handig om de lezer te vertellen welke informatie hij waar precies kan vinden. Natuurlijk heeft de lezer daar ook een inhoudsopgave voor, maar als schrijver kun je hiervoor ook de inleiding gebruiken. Je kunt de lezer informatie geven over de opbouw van je

tekst. Dat kan bij boeken relevant zijn of bij dikke rapporten. En het kan zelfs in de inleiding van een brief of mail nodig zijn. Maar – opnieuw – voor alle inleidingen geldt: houd het kort!

2 Je wilt de lezer extra achtergrondinformatie geven om het doel direct te snappen.

Soms is het nodig om heel kort iets te vertellen over de bedoeling van een tekst. Het kan de lezer helpen als hij bijvoorbeeld weet dat de tekst die hij gaat lezen puur informatief is bedoeld. Of dat de schrijver juist verwacht dat de lezer iets met de tekst gaat doen, zoals bij een instructie. Misschien heb je de tekst wel opiniërend bedoeld of om de lezer ergens van te overtuigen? Het helpt dan als je deze informatie aan de lezer geeft voordat hij de tekst gaat lezen. Dan kan hij de tekst ook met die blik gaan lezen.

Daarnaast is het af en toe ook handig om iets te vertellen over de reden waarom je een tekst hebt geschreven. Of waarom de lezer deze tekst op dit moment onder ogen krijgt. Ook dat kan helpen bij het begrijpen en accepteren van de inhoud van een tekst.

3 Je wilt een relatie met de lezer aangaan.

In sommige gevallen wil je als schrijver een band creëren met je lezer. Ik vind dat je dat door de hele tekst heen moet doen, maar je kunt hiervoor een aanzet geven in de inleiding. Het is tenslotte de eerste kennismaking van de lezer met jou als schrijver en je kunt maar één keer een eerste indruk achterlaten.

Ik geef je enkele voorbeelden van inleidingen om te laten zien wat ik bedoel. Hierin ga ik uit van de drie punten die ik hierboven heb genoemd.

De inleiding in een mail of brief.

Beste mevrouw Kuijpers,

Gisteren spraken wij elkaar telefonisch. U vroeg mij om informatie over de aanschaf van een zwembad in uw achtertuin. Hartelijk dank daarvoor! Die informatie geef ik u natuurlijk graag. U vindt deze informatie dan ook in dit mailtje. Eerst leest u iets over de verschillende zwembadtypes die voor uw tuin geschikt zijn. Daarna geef ik u informatie over de plaatsing van de zwembaden en het onderhoud. Tot slot vindt u aan het einde van de mail de prijzen van de baden.

In deze tekst zie je dat de schrijver een aantal zaken in de inleiding doet. Eerst grijpt hij terug op de aanleiding voor deze tekst. Dat doet hij om de lezer de noodzakelijke context te geven.

Hij schrijft:

Gisteren spraken wij elkaar telefonisch. U vroeg mij om informatie over de aanschaf van een zwembad in uw achtertuin.

Daarna bouwt de schrijver aan de relatie met de lezer:

Hartelijk dank daarvoor! Die informatie geef ik u natuurlijk graag.

En aan het einde gebruikt de schrijver de inleiding als leeswijzer. Hierdoor weet de lezer in welke volgorde de informatie in de mail staat. Strikt genomen is dit natuurlijk overbodig als je de tekst heel gestructureerd schrijft (daarover lees je verderop in dit boek meer), maar ... het staat wel servicegericht.

De inleiding van een boek.

Dit boek gaat over de kracht van 'nee' zeggen. Het is een boek voor mensen die voor zichzelf willen opkomen, maar die moeite hebben om 'nee' te zeggen. En die het gevoel hebben dat er soms over hen heen wordt gelopen. Ook al heet dit boek *Nee*, nu *even niet!*, toch gaat dit boek over positiviteit. Over het opkomen voor jezelf, over kansen pakken voordat ze aan je neus voorbij gaan en over het beste uit jezelf halen.

Dit boek is geen zelfhulpboek. Het is een doeboek. Opgebouwd uit 15 hoofdstukken. En in elk hoofdstuk behandel ik een thema en sluit ik af met 3 concrete opdrachten die je moet uitvoeren.

De bedoeling is dat je elke week 1 hoofdstuk leest en de opdrachten uitvoert. Dan zul je merken dat je na 15 weken krachtiger, positiever en vrolijker door het leven gaat. En dat komt allemaal door dat ene kleine woordje.

'Nee.'

Deze inleiding van een (fictief) boek is kort en geeft de lezer antwoord op drie vragen:

- Waarover gaat dit boek?
- Is het iets voor mij?
- Hoe moet ik het boek lezen of gebruiken?

Dat zijn terechte vragen en de antwoorden zijn ook relevant voor de lezer. Langer hoeft een inleiding dan ook niet te zijn.