

# INHOUDSOPGAVE

<b>Voorwoord</b>	7
<b>De geboorte van een boek</b>	9
<b>1 VOOR JE BEGINT MET SCHRIJVEN</b>	18
1.1 Effe wachten	19
1.2 De vier watjes	19
<b>Tussendoorcolumn</b>	24
<b>2 EERST DE BASIS: GEWOON GOED SCHRIJVEN</b>	25
2.1 Een goed glas wijn en een slechte brief	26
2.2 Mooie kop heb je	29
2.3 Lekker rammen op die Enter-knop	31
2.4 Naar aanleiding van uw saaie inleiding...	32
2.5 Ik pak je bij je lurven	35
2.6 'Te' is nooit goed	42
2.7 Fijn dat je erop vertrouwt, maar ik snap er geen bal van	44
Deel 2 even samengevat	46
<b>Tussendoorcolumn</b>	47
<b>3 HOU VAST DIE LEZER</b>	48
3.1 Broodje afhaak	49
3.2 Waarom wollig?	52
3.3 Moest Er Nog Eens Bijkomen Van Niet	55
3.4 Het holle-vatensyndroom	57
3.5 Voor de draad ermee	67

3.6	Hallo, ben je er nog?	68
3.7	Hoe smaakte de soep? Heel goed binnen te houden	71
3.8	Ik hou van jou schat. Nou en?	74
3.9	Dump je afval niet te snel	76
3.10	Hoe lang is een Chinees zin?	79
3.11	Ik moet helemaal niets!	88
3.12	Houden we het wel een beetje positief?	89
3.13	Wat een vreselijke tang!	91
3.14	Geef je luie tekst een schop onder zijn dikke reet	92
3.15	Niet lullen over zullen	93
3.16	Vier onzekere jongens	95
3.17	De vent achter de tent en de vrouw achter het gebouw	97
3.18	Het Tranentrio	101
3.19	Is mission statement dan het Britse broertje?	104
3.20	Onze geschiedenis is saai en voorspelbaar	107
3.21	Doei, ik ben weg	110
	Deel 3 even samengevat	113

## **Tussendoorcolumn** 114

## **4 NU KOMT HET: ÉCHT GOED SCHRIJVEN** 116

4.1	Schijven is net als koken	117
4.2	Menselijk en makkelijk	127
4.3	Hogere wiskunde: $MT + MT = MG$	132
4.4	Ik vroeg laatst een ijsverkoper wat-ie van de zomer vindt	135
4.5	$V = i + k + e$	140
4.6	Wat ben je toch een ongelofelijke eikel	141
4.7	Nep & co	145
4.8	Zoals mijn baas altijd zegt: 'Een schaap is ook goed, maar niet voor de paardentram.'	146
4.9	Driemaal V? Weg ermee!	149
4.10	$E = MC^2$	150
	Deel 4 even samengevat	152

## **Tussendoorcolumn** 153

<b>5</b>	<b>KLOOIEN MET ZINNEN</b>	154
5.1	Sla je tekst aan gort	155
5.2	Dikke vette sloopkogel	156
5.3	Emmertje cement nodig?	160
5.4	Koppiekrauw, koppiekrauw	162
5.5	Vragen, vragen en nog eens vragen	163
5.6	Hey luiwammes	165
5.7	Noem je nieuwsbrief nooit nieuwsbrief	166
5.8	Taaaatuuuutaaaaatuuuutaaaa	167
5.9	De laatste, of misschien wel allerlaatste	168
	Deel 5 even samengevat	170
<b>6</b>	<b>COLUMNS SCHRIJVEN</b>	171
	<b>De uitsmijter met melk</b>	181
	<b>Oplossingen</b>	183
	<b>Dankwoord</b>	189
	<b>Over de auteurs</b>	191



# VOORWOORD

Een van de meest gelauwerde taaladviesboeken in het Nederlandse taalgebied heeft als titel *Is dat goed Nederlands?* Het verscheen in 1940 van de hand van Charivarius, een pseudoniem van de dichter en taalcriticus Gerard Nolst Trenité. Bij zijn overlijden, in oktober 1946, was het boek al zeven keer herdrukt. Ook na zijn dood zou het nog enkele herdrukken krijgen.

Het commentaar dat Charivarius op teksten van allerlei snit gaf, was niet mals en zeker ook niet gespeend van humor. Zo noemde hij de mensen die ‘vanaf’ en ‘vanuit’ gebruikten ‘fnaffers’ en ‘fnuiters’. Volgens Charivarius moest je ‘vanaf’ en ‘vanuit’ altijd splitsen of anders het overtollige ‘af’ en ‘uit’ schrappen. Op een keer evenwel kreeg hij een gymnasiumleerlinge tegenover zich die zich afvroeg of je ook een fnaffer was als je schreef: ‘Zeus donderde vanaf de Olympus’. Want Charivarius kon toch niet serieus menen, aldus het meisje, dat de zin hier moest zijn: ‘Zeus donderde van de Olympus af.’ Haar opmerking is vaak aangehaald om de status van ‘taalregelaars’ met hun meestal nogal dwingende voorschriften wat te relativeren.

In het boek waarin u nu leest, hebben de taalregelaars – Rick Evers en Willem Verdaasdonk – de relativering zelf al herhaaldelijk ingebouwd. Niet alles laat zich in regels vangen en soms is het juist ook goed om je van de bepaalde regels niets aan te trekken. Een eigen plan trekken kan af en toe ook wat waard zijn inzake teksten schrijven en redigeren. Je leest het in dit boek geregeld tussen de regels door.

En daarmee vaart dit boek ook zelf een eigen koers. Het is niet zomaar inwisselbaar voor elk ander taaladviesboek. Het heeft een eigen karakter, ook in zijn toonzetting. Bovendien biedt het humor. Op het omslag staat zelfs dat het boek 'glimlachgarantie' geeft. Waar elders vind je dat? En het is met veel vaart geschreven. Niet lullen maar poetsen is het devies. Niet verhullen maar onthullen. Lezers geven waar ze recht op hebben, in duidelijke taal. Kortom, dit is een boek om daadwerkelijk mee aan de slag te gaan en qua schrijfvaardigheid – inclusief glimlach – voortgang te boeken.

Wim Daniëls

# DE GEBOORTE VAN EEN BOEK

*'Zou u misschien nog iets te drinken gehad willen hebben?'*

Rick: 'Die zin was het toch Willem? Toen we elkaar aankeken en dachten: dit kan zo niet langer.'

Willem: 'Exact. Ik kon wel janken. Het lieve kind had ook gewoon kunnen vragen of we nog iets wilden drinken.'

Rick: 'Dat vroeg ze ook. Alleen nogal omslachtig. *Wilt u iets drinken* was beter geweest.'

Willem: 'Dan hadden we ook zeker iets besteld. Waarom gingen we nu ook alweer meteen weg?'

Rick: 'Omdat jij uit principe niets meer wilde drinken. Terwijl ik eigenlijk nog wel dorst had.'

Willem: 'Ik was te verdrietig. *Zou misschien gehad willen hebben*. Luier kan een tekst bijna niet zijn.'

Rick: 'Ze heeft ons wel aangezet tot het schrijven van dit boek.'

Willem: 'Zeker. Het was de druppel in een emmer die toch al vrij vol zat met 'taallelijkheden'.

'Hoe begon die offerte ook alweer die jij laatst kreeg?'

Rick: 'In aansluiting op ons plezierige onderhoud van donderdag jl. doe ik u geheel vrijblijvend de offerte in de bijlage toekomen.'

Willem: 'Plezierig onderhoud?'

Rick: 'Ik had hem alleen een mailtje gestuurd.'

Willem: 'En toen heeft hij jou de offerte doen toekomen?'

Rick: 'Nee, hij mailde hem gewoon.'

En zo begon het dus. Het zaadje voor de geboorte van *Schrijf eens even normaal, joh!* werd geplant op het terras. In ons vak als tekstschrijver kwamen we steeds vaker de meest wollige en wonderlijke zinsconstructies tegen. En waarom? Om intelligenter over te komen? Omdat we denken dat het zo hoort? Om zakelijk te blijven? Het lijkt wel alsof

we met elkaar in de loop der jaren steeds formeler en afstandelijker zijn gaan schrijven. En dat moet echt anders. Want straks gaat hierdoor zelfs ons liefdesleven naar de filistijnen. Net als bij Ezra, die in Spanje de schrik van zijn leven kreeg. Kijk maar:

Ezra was op vakantie in Spanje. En hoe! Aan een mediterraan maanovergoten strand had hij de avond van zijn leven. Love was in the air. Het water spoelde over het zand dat de uitbundige zonnewarmte van die middag vast wist te houden. De kaarslichtjes op de terrassen van de strandtenten deden verliefde harten sneller kloppen. Ezra dronk een glas verrukkelijke wijn met de Spaanse schone Alisa. Hij had haar die middag in de stad ontmoet. De avond had alles in zich om de mooiste uit Ezra's leven te worden. De wijn deed zijn werk en de diepdonkerbruine ogen van de Spaanse hadden toverkracht. Het afscheid kwam te vroeg, maar gelukkig beloofde Alisa snel van zich te laten horen.

En ze hield woord. De volgende ochtend werd Ezra wakker. Hij greep naar zijn mobiel op het nachtkastje en zag een berichtje van zijn droomvrouw:

In aansluiting op het plezierige onderhoud op het strand gisteren, doe ik u geheel vrijblijvend onderstaande afspraakovertuigingen toekomen. Wachtend op een reactie uwerzijds, verblijf ik.

Ezra hapte naar adem. En jij lacht er misschien om. Maar waarom vinden we het dan wel heel normaal om een offerte op die manier te beginnen en te eindigen?

In aansluiting op het plezierige onderhoud d.d. 2 mei jongstleden, doe ik u geheel vrijblijvend onderstaande offerte toekomen. Wachtend op een reactie uwerzijds, verblijf ik.

Er gaapt een enorme kloof tussen wat we zeggen en wat we schrijven. Als we praten, gebruiken we korte zinnen, begrijpelijke woorden en de toon is informeel. Maar achter het toetsenbord zijn we totaal anders. We maken lange zinnen en we gebruiken woorden die we normaal nooit gebruiken. *Uwerzijds? Jongstleden? In aansluiting op?* Het slaat allemaal nergens op. We scheppen afstand door een overdreven formele



toon. Kortom, we praten gemakkelijk maar we schrijven moeilijk. En vandaag is de dag om daarmee op te houden. Per direct. Met behulp van dit boek. Het is genoeg geweest.

Met dit boek leer je heldere teksten schrijven. Geen wollige prietpraat, gewoon normaal. Handig voor de mailtjes op je werk, je sollicitatiebrieven, webteksten, blogs, eigenlijk voor alle teksten die je de rest van je leven gaat schrijven. Maar er is meer. Je leert ook creatiever te schrijven. Hoe vaak begin je niet met dezelfde slappe zinnen? *Naar aanleiding van uw vacature op de website stuur ik u deze sollicitatie.* Serieus? Heb je niets beters in huis? En wat te denken van al die oersaaië missies en visies op websites. Alsof de lezer daar een boodschap aan heeft. *Wij stellen de leerling centraal.* Nou heel knap, tachtigduizend andere scholen doen dat ook.

Maar wat nou als je er iets moois van maakt. Hoe leuk zou het zijn om de lezer te verleiden. Te verrassen. Te verbluffen. Moeilijk? Nee hoor. Lees en huiver. Tenminste, na het antwoord op de vraag: Waarom? Waarom schrijven we toch zo saai en inspiratieloos? Waar ging het mis? Het antwoord is schokkend: op school.

Echt! Die onderwijzers van vroeger hebben alles verpest. Op de middelbare school leer je namelijk vooral schrijven vanuit een taalkundige gedachte. Je wordt geplaagd door twee hardnekkige regels. De eerste is: schrijven doe je met een zekere afstand naar de lezer. De tweede: als je op een eenvoudige manier schrijft, word je niet serieus genomen door de lezer. Kijk, daar heb je het: de dodelijke combinatie voor jouw teksten. Vergeet dus wat je geleerd hebt. Het gaat niet om regeltjes en kunstjes. Het gaat erom of jouw lezer begint met lezen en ook doorleest. Dat hij niet afhaakt. Pak hem bij zijn lurven en boei hem. Versier hem met je woorden.

Schrijven is praten op papier. Ook als het om zakelijke teksten gaat. Wil je ontsnappen uit de wurggreep van je toetsenbord? Neem dan in ieder geval de volgende drie stappen:

## 1 KEIL DE REGELS OVERBOORD

School dus. Daar werden we doodgegooid met regels. Maar waarom mag je een zin niet met 'ik' beginnen? Waar staat dat in hemelsnaam? En wie heeft ooit bedacht dat je een zin ook niet mag beginnen met woorden als 'of', 'en', 'maar' en 'want'? Wil je nog meer flauwekulregels van vroeger? *Zinnen mogen niet te kort zijn*. Waar komt die wijsheid vandaan? Professionele tekstschrijvers weten heel goed hoe je de lezer moet verleiden om door te lezen. Gelukkig krijg je dan dit soort teksten:

Weet je dat je heerlijk naar stilte kunt luisteren? Oeps. Daar moet je even over nadenken. Zijn er nog plekken in ons drukke landje waar het helemaal stil is? Waar je een speld kunt horen vallen? En waar je even nadent voordat je iets zegt? Omdat stilte zo heerlijk kan zijn. Weldadig zelfs. Waar? Onze vakantiewoningen liggen stuk voor stuk op een plek waar het oorverdovend stil is. Ssssttttt.

Heerlijk toch, als je zo schrijft? Je wordt er stil van ...

## 2 TOON LEF

Stap twee: toon lef. Om het anders te doen, moet je uit je comfortzone durven te komen. Wanneer je als verzekeraar de taalfatsoensnorm aan je laars lapt, kan zomaar dit tekstje ontstaan.

Het zal je gebeuren. Lig je lekker te slapen, komt een of andere onverlaat de halve keet leegroven. Dan baal je toch als een stekker. Helemaal als je erachter komt dat je maar half verzekerd bent. Botte pech in het kwadraat dus. Gelukkig bieden wij je een inbraakverzekering waar je stukken beter van slaapt. Welterusten!

Mooi toch? Lekkere korte zinnen dus makkelijk leesbaar. Misschien niet zo zakelijk, maar dat blijft een kwestie van smaak. Het is slechts een voorbeeld.

## 3 SCHRIJF MENSELIJK EN NIET DOELGROEPELIJK

'Doelgroepelijk' is eigenlijk geen woord, maar je weet best wat we bedoelen. Je schrijft niet voor een doelgroep, je schrijft voor mensen van vlees en bloed. Die zijn over het algemeen wars van moeilijk gedoe. Ze hebben geen zin om zich door een berg van vaktaal heen te worstelen. Ze willen verhalen van mensen, over mensen en het liefst in gewonemensentaal. Het bewijst dat spreek- en schrijftaal heel dicht

bij elkaar liggen. Kijk eens hoe KLM dat doet, in een tekstje over duurzaamheid:

Als iemand het heeft over duurzaamheid, dan hoor ik altijd wel iets over CO<sub>2</sub>-uitstoot. Een van de dingen die ervoor zorgt dat een vliegtuig minder CO<sub>2</sub>-uitstoot tijdens de vlucht, is zo licht mogelijk te zijn. Maar hoe bespaar je gewicht in zo'n groot toestel? Dat doen ze bij KLM in het ruim maar ook in de cabine. Denk aan lichtere netten en pallets die 'onderin' het vliegtuig voor minder gewicht zorgen. En 'bovenin' helpt het gebruik van de media-app (geen papieren kranten meer, scheelt 360.000 kilo per jaar!). Ook het gebruik van lichtere trolleys en materialen. Al die 'kleine' dingen zorgen voor een grote vermindering.

Saaï onderwerp misschien, maar een prima tekst. Veel bedrijven schrijven heel anders over duurzaamheid. Je kent ze vast, die gaapverhalen op websites en in jaarverslagen. Geen hond die het leest. Terwijl het dus ook anders kan.

Het verschil tussen praten en schrijven wordt pijnlijk zichtbaar in de tabel hieronder. Als we praten tegen bijvoorbeeld onze buurman, gooien we er beleving in. We kletsen lekker informeel, we zijn spontaan en we gebruiken gemakkelijke woorden. Kruipen we vervolgens weer achter onze computer om een tekst te typen, dan gaan we ineens in beleidstaal schrijven. Formeel, afstandelijk. Zo jammer. En nergens voor nodig.

**Als je zo praat tegen je buurman...**

met beleving  
informeel  
lekker dichtbij  
bijzonder  
menselijk  
creatief  
spontaan  
gemakkelijk  
op gevoel

**... waarom schrijf je dan zo?**

beleidsmatig  
formeel  
afstandelijk  
verwacht  
doelgroepelijk  
 clichématig  
geregisseerd  
lastig  
vanuit ratio

En daarom is dit boek dus nodig. Broodnodig. Vanaf nu gaan we het anders doen. Lees, lach, verbaas je, neem de tips ter harte en doe af en toe een test of een opdracht. Ze staan overal in het boek.

Oh ja, we vergaten bijna de columns. Na ieder hoofdstuk vind je een ‘tussendoorcolumn’. Die komen zomaar uit de lucht vallen en hebben op het eerste gezicht niets te maken met het hoofdstuk ervoor of erna. Waarom we ze toch opgenomen hebben? Om twee redenen. Ten eerste zijn ze een heerlijk tussendoortje. Goed leren schrijven is hard werken. Daarom ben je tussen de hoofdstukken door vast toe aan iets luchtigs. De tweede reden is serieuzer. In een column komt namelijk bijna alles samen wat je in dit boek leest en leert. In een column is geen ruimte voor wollige taal, kun je spelen met invalshoeken en trek je alles uit de kast om de lezer niet te laten afhaken. Kortom, gewoon normaal schrijven, dat doe je in een column. Meer over columns schrijven lees je vanaf pagina 171.

## **TOT SLOT**

We hebben onze ziel en zaligheid in dit boek gestopt en vinden het ontzettend leuk om te horen wat je ervan vindt. Misschien heeft het je manier van schrijven voorgoed veranderd. Of je bent aangenomen voor die droombaan omdat je dankzij dit boek ineens een fantastische sollicitatiebrief hebt geschreven. Of je vindt dat we een boek vol onzin geschreven hebben. Kan ook. Wat de reden ook is, we horen graag van je. Laat je reactie achter op [www.schrijfeensevennormaaljoh.nl](http://www.schrijfeensevennormaaljoh.nl) (sorry, alle eenvoudige URL's waren al bezet).

Bedankt en geniet van het boek!

Rick Evers & Willem Verdaasdonk

### **De topboek-of-oud-papier-test**



Heb jij iets aan dit boek? Doe de test. Hoeveel stellingen kun jij met 'ja' beantwoorden?

- 1 Ik weet vaak niet hoe ik een tekst moet beginnen.
- 2 Ik pak liever een tekst van iemand anders.
- 3 Ik wil wel origineel schrijven, maar schrijf toch vaak weer clichés op.
- 4 Ik praat gemakkelijker dan dat ik schrijf.
- 5 Ik ben altijd blij als iemand anders iets wil schrijven.
- 6 Ik vind mijn teksten vaak saai en gewoontjes.

#### **Nul keer ja?**

Waarom lees je dit boek? Geef het heel snel cadeau aan een ander. En kom bij ons werken, alsjeblieft.

#### **Een tot drie keer ja?**

Je schrijft al beter dan je denkt. Maar met dit boek word je nog beter.

#### **Vier tot zes keer ja?**

Verzet je afspraken voor vandaag. Jij moet heel snel dit boek lezen.

**1  
VOOR JE  
BEGINT MET  
SCHRIJVEN**

## 1.1 EFFE WACHTEN

### Als je wilt beginnen met schrijven: begin niet meteen met schrijven

Wil je een goede tekst op papier krijgen, begin dan niet als een dolle stier te typen. Ja, kun je best doen, maar kijk dan niet raar op wanneer je lezer geen lezer is, maar een ik-gooi-dit-wel-meteen-bij-het-oud-papier-type. En dat heb je dan helemaal aan jezelf te danken.

Goed schrijven begint met goed nadenken. Zie het als een voetbalwedstrijd. Stel nou dat elf voetballers en hun trainer blanco de wedstrijd ingaan. Ze kijken geen beelden van hun tegenstander, ze gaan niet trainen en overleggen ook niet over een strijdplan. Iedereen komt twee minuten voor de wedstrijd aangescheurd, kleedt zich om en stapt het veld op. Het touwtje van de broek gaat binnen de lijnen snel nog even in een strik. Wordt het een succes? Vast niet. Sterker nog, ze krijgen dubbele cijfers aan hun haastig gestrikte broek. Waarom denk je dan met schrijven wel succes te behalen wanneer je als een kip zonder kop begint. Niet meer doen dus. Denk eerst even na. En dat is waar de vier watjes in beeld komen.

## 1.2 DE VIER WATJES

### En toch zijn deze watjes geen softies

Eerst nadenken voordat je begint. Tenminste, als je een fatsoenlijke tekst op papier wilt krijgen. Anders krijg je dit:

#### Jouw tekst heeft...

- geen duidelijk doel
- geen beeld van de lezer
- geen relevante inhoud
- geen heldere structuur

#### Dan denkt je lezer dus:

- Wat bedoelt-ie?
- Is dat wel voor mij bedoeld?
- Wat moet ik hiermee?
- Waar ben ik?

Moeten we de tabel nog uitleggen? Kijk even mee naar de eerste regel. Als jouw tekst geen duidelijk doel heeft, dan denkt de lezer: 'Wat bedoelt-ie?' Kijk maar:

In december 2019 is er een colloquium geweest met de onderhoudswerkgroep. Hierin hebben wij u aangegeven wat onze wensen en plannen zijn ten aanzien van het groot onderhoud van cluster 500. Door de gewijzigde solvabiliteit bij Fijn-Wonen is het onhaalbaar om e.e.a. te realiseren en wordt het groot onderhoud vooral sober en doelmatig uitgevoerd. In het overleg is afgesproken dat wij in februari 2020 een meeting plannen om het groot onderhoud in detail verder met u te bediscussiëren..

Typisch gevalletje van ‘Wat bedoelt-ie?’

Nog eentje. We pakken de tweede regel uit de tabel. Stel, je hebt geen goed beeld van de lezer. Dan denkt hij: ‘Is dat wel voor mij bedoeld?’ Kijk maar naar deze tekst voor klanten in een supermarkt:

Het moeizame importseizoen en de vertraging van het Hollandse seizoen zorgen voor een gat in de aansluiting van de teelt die leiden tot extreme tekorten en kwaliteitsproblemen. Effecten van beschikbaarheid en kwaliteit leiden tot een extreem hoog prijsniveau. Daardoor wordt niet alles uitgeleverd, of gequoteerd. Hiervoor onze excuses.

De reactie van de klant laat zich eenvoudig raden: ‘Huh? Is dit voor mij bedoeld? Een moeizaam importseizoen? Een gat in de aansluiting van de teelt? Gequoteerd? Doeï, ik haak af.’

Allemaal gevolgen van niet goed nadenken voordat je schrijft. Wat je wel moet doen? De vier watjes gebruiken:

- ♦ *Wat* is je belangrijkste boodschap?
- ♦ *Wat* heeft de lezer eraan?
- ♦ *Wat* is je doel?
- ♦ *Wat* maakt jouw tekst sterk?

*Iemand met weinig karakter. Een halve zachte.* Zo omschrijft Van Dale een watje. Mooi gezegd trouwens: *een halve zachte*. Maar dat geldt niet voor deze vier watjes. Die zijn gewoon keihard de redders van jouw tekst. Tenminste, wanneer je een tekst hebt van enige lengte. Als je collega een bijlage vergeet, kun je rustig terugsturen: ‘Hé sukkel, je bent de



bijlage vergeten', zonder dat je eerst vier watjes op papier zet. Anders duurt het allemaal zo lang.

Terug naar onze watjes. Hier heb je ze:

***Watje 1: Wat is je belangrijkste boodschap?***

Eigenlijk het belangrijkste watje van het stel. Wat wil je nou eigenlijk zeggen? Denk daar eens goed over na. Het is belangrijk dat je zelf helder voor ogen hebt wat je jouw lezer nu precies wilt vertellen. Als je het zelf niet eens snapt, hoe moet je lezer het dan snappen?

***Het tweede watje: Wat heeft de lezer eraan?***

Denk aan je lezer (wie is het?) en zet de voordelen voor hem even op een rij. Jij kunt wel de voordelen van jouw tekst inzien, maar dat betekent niet dat je lezer dat ook doet. Kijk naar het verschil:

In het kader van ons duurzaamheidsbeleid gaan we binnenkort aan de slag met de spouwmuren in uw wijk. Dit past binnen onze visie om alle huurwoningen op Energielabel A te krijgen.

Reactie lezer: 'Nou en!'

Uw woning is niet goed geïsoleerd. Daarom komen we op vrijdag 6 mei langs om de spouwmuren te isoleren. Uw woning wordt daarmee comfortabeler en u bespaart energie.

Reactie lezer: 'Graag!'

***Watje nummer 3: Wat is je doel?***

Wil je de lezer alleen informeren? Moet hij iets terugsturen? Moet hij betalen? Iets kopen? Wat wil je nou eigenlijk? Draai daar niet zo lang omheen. Schrijf je doel op en verwerk dat in je tekst. Het liefst aan het begin van je tekst. Waarom? Omdat je geen roman schrijft. Komen we straks op terug.

***Het vierde watje: Wat maakt jouw tekst sterk?***

Probeer onderscheidend te zijn. En dan gebruik je dus geen clichés. Schrijf je voor een school, dan kun je best opschrijven dat jouw school

de leerling centraal stelt. En dat je gaat voor kwalitatief goed onderwijs. Dat zal allemaal best, maar echt origineel is het niet. Niet sterk dus.

## Genoeg nagedacht nu. Aan de slag!

### De wat-wil-ik-bereiken-test

In deze test bekijk je welk effect een tekst heeft op je lezer. Meestal wil je als schrijver dat je lezer iets te weten komt, iets gaat vinden of actie gaat ondernemen. Maar gebeurt dat wel? Zo niet, dan heb je toch echt de verkeerde tekst geschreven.



### De voorbeeldtekst

*Wij zijn een van de sterkst groeiende bedrijven in een mondiaal zeer competitieve omgeving. Veel nieuwe innovatieve geneesmiddelen zijn beschikbaar gekomen. Om in de frontlinie actief te blijven, investeert Jansen Fictief ruim in wetenschappelijk onderzoek. Besluitvorming is gericht op het behoud van de zelfstandigheid van Jansen Fictief. Goed werkgeverschap is iets waar we elke dag aan werken. De focus ligt op de lange termijn. Wilt u meer weten, kijk op [www.jansenfictief.nl](http://www.jansenfictief.nl).*

Bovenstaande tekst is bedoeld als introductie van het bedrijf Jansen Fictief. Enig idee wat de schrijver van deze tekst eigenlijk wilde bereiken met deze introductie? Hij heeft veel informatie bij elkaar geraapt uit allerlei stukken. Misschien wil hij indruk maken en zo de lezer voor zich winnen? Is hem dat gelukt? Je mag je eigen conclusie trekken.

### Doe nu de test

Kijk naar de voorbeeldtekst en vink hieronder aan wat van toepassing is. Wat weet je als lezer, wat vind je en wat ga je doen?

**Weten**

- Je pikt er n t iets van op.
- Je vindt het duidelijk.
- Je begrijpt het.
- Je onthoudt het.
- Je wordt er echt wijzer van.
- Je vertelt het verder.

**Vinden**

- Je ziet misschien iets positiefs.
- Je leest het met plezier.
- Je bent het met de schrijver eens.
- Je toont begrip.
- Je krijgt er een goed gevoel bij.
- Je bent helemaal om en geïnspireerd.

**Doen**

- Je gaat misschien naar de website.
- Je wilt zeker meer weten.
- Je wilt echt iets doen.
- Je raakt gemotiveerd om in actie te komen.
- Je komt in actie.
- Je sleept andere mensen mee.

**Wat is het resultaat?**

En? Waar zet je de vinkjes? Helemaal bovenaan zeker. Dat zegt voldoende. Het mooie is, als je dit boek uit hebt, herschrijf je moeiteloos deze tekst zodat je alle stellingen onderaan ook aanvinkt.

# TUSSENDOORCOLUMN

## FILET AMERICAIN

*De slager gaat een keer boos op mij worden. Dat kan niet anders. Het is niet de vraag óf hij boos wordt, het is de vraag wanneer hij boos wordt. Slager, als u dit leest: ik snap het. U heeft helemaal gelijk. En ik beloof u dat, nadat u boos bent geworden, ik gewoon terug blijf komen. U verliest mij niet als klant. Of dat goed of slecht nieuws is, laat ik aan u.*

*Het gaat om de filet americain. Ik ben een trouwe klant bij de slager, maar alleen voor een bakje filet. Liefst tachtig gram. Honderd mag ook. Genoeg voor twee crackers. Daarna ga ik weer. De slager probeert het iedere keer weer. 'Anders nog iets?' Maar elke week zeg ik dat dit het is. Als ik dan de zaak uitloop, voel ik dat ze me nakijken. Ik weet zeker dat ik een keer een rookworst in mijn nek gegooid krijg.*

*Het is altijd heel druk bij Slagerij Kroon. De mensen voor mij zijn ook vaak drie kwartier aan de beurt. Die willen vier kogelbiefstukken, een stuk kipgrill-worst, tien plakken gerookte schouderham, vijf ons gesneden kalkoenfilet, stampot voor morgen en zo gaat het maar door. Bovendien maken ze altijd een praatje met de slager. Over de kleinkinderen, het ellendige weer of de wintertijd.*

*Daarna ben ik aan de beurt met mijn bakje filet. Meer niet. Klanten die achter mij staan te wachten, porren elkaar soms aan. 'Hij neemt alleen filet americain. Eén euro twintig. Wat een lef. Zie hem gaan op zijn fietsje. Rechtsaf. Richting Jumbo. Wedden dat hij daar de rest haalt. Van dat vieze voorverpakte supermarktvlees.'*

*Eén keer haalde ik ook kipspiezen voor de barbecue. Het heeft de krant niet gehaald, maar ik heb nog nooit een slager zo verbaasd zien kijken. Daarom vraagt hij iedere keer 'anders nog iets?' Het is de vraag hoe vaak ik nog 'nee' kan zeggen voordat die rookworst in mijn nek belandt.*

Zelf columns schrijven? Kijk op pagina 171.

**2**

**EERST DE  
BASIS:  
GEWOON GOED  
SCHRIJVEN**

## 2.1 EEN GOED GLAS WIJN EN EEN SLECHTE BRIEF

### Ga er maar eens goed voor zitten

Als je dit boek uit hebt, kun je fantastisch schrijven. Echt. Op S4-niveau zelfs! Daar komen we later op terug, want als we daar meteen mee beginnen zakt de moed je direct in de schoenen. Daarom nu eerst de basiskennis van goed schrijven. Als je dit deel gelezen hebt, blaas je mensen nog niet uit hun stoel met je teksten. Maar het klopt allemaal wel. Je teksten worden gelezen. Ze hebben een prikkelende inleiding, een mooi middenstuk met lekkere alinea's en een fijn slot. Zo moeilijk is het allemaal niet.

We beginnen met het middenstuk. Niet met de inleiding. Of dat logisch is? Zeker. In het middenstuk staat namelijk de kernboodschap: het allerbelangrijkste onderdeel van je tekst. De inleiding komt straks aan bod.

De kernboodschap dus. Die sluit goed aan bij de vier watjes waar je al over nagedacht hebt. Sterker nog, het is niets meer en niets minder dan het eerste watje: *wat is je belangrijkste boodschap?* En wacht daar niet mee tot het eind van je tekst. Je schrijft namelijk geen roman.

Veel mensen vinden de winter bij uitstek een seizoen om lekker met een boek bij de open haard te zitten. Glas wijn erbij en lezen maar. Heerlijk. Helemaal met een spannend boek. Een echte pageturner die de spanning opbouwt en pas op de laatste pagina de clou prijsgeeft. Jammer dat we dat soms in andere teksten ook doen. Eerst heel lang ratelen over bijzaken om pas aan het eind met de hoofdzaak op de proppen te komen. Terwijl niemand lekker gaat zitten met een goed glas wijn en een zakelijke brief. Ook niet met jouw brief. Echt niet.

### **Nogmaals: je schrijft geen roman!**

Een brief is een brief, een mail is een mail, een webtekst is een webtekst. Je wilt graag snel zien wat er staat. Omdat je ook nog moet koken, de kinderen moet ophalen, of omdat de hond nog uit moet. Kortom, geen geouwehoer. Ter zake. Hoe je dat doet? Begin altijd met de kernboodschap. Dus niet zo:

Bij het afwikkelen van schadegevallen werken wij met onze algemene voorwaarden. Hierin staat dat voor stormschade een eigen risico geldt van € 200. Bovendien kijken we altijd naar de dagwaarde van het beschadigde voorwerp. Uw loungeset had een nieuwprijs van € 1000, maar was inmiddels ruim tien jaar oud. Rekening houdend met de afschrijving gaan wij uit van een huidige dagwaarde van € 180. Omdat dit bedrag onder uw eigen risico ligt, keren wij u geen bedrag uit.

Zie je wat hier fout gaat? Verplaats je even in de lezer. Die heeft schade na een fikse winterstorm en heeft een claim ingediend bij de verzekeraar. Dus als die verzekeraar met een bericht komt, wil de lezer vooral één ding weten: krijg ik mijn schade vergoed? Dát is de kernboodschap. En die zet je dus niet in de laatste zin. Dan moet de lezer namelijk eerst door allerlei minder interessante informatie heen. Dit is veel beter:

### **U krijgt van ons helaas geen bedrag uitgekeerd**

Dat komt omdat wij niet uitgaan van de nieuwprijs van uw loungeset. Wij rekenen met de dagwaarde. Na tien jaar is uw loungeset nog € 180 waard. Hiermee zit u onder het bedrag van uw eigen risico (€ 200). U kunt dit nalezen in de algemene voorwaarden op onze website.

Zie je wat we doen? *U krijgt van ons helaas geen bedrag uitgekeerd.* Hup, meteen in de kop. Zo weet de lezer direct waar hij aan toe is. Daarna bepaalt hij zelf of hij meer wil lezen. Of liever eerst met de hond naar buiten gaat.

Snap je? Bewijs het dan maar eens met de volgende opdracht.

#### **Opdracht: zoek de kernboodschap**

Het is belangrijk om te weten wat de belangrijkste boodschap van je tekst is. Dan kun je daar namelijk mee beginnen. De schrijver van de tekst hieronder heeft dat niet gedaan. De kernboodschap staat pas verderop. Kun jij hem vinden?



## De voorbeeldtekst

*Beste heer De Vries,*

*In december 2019 is er een colloquium geweest met de onderhoudswerkgroep. Hierin hebben wij u aangegeven wat onze wensen en plannen zijn ten aanzien van het groot onderhoud van cluster 500. Door de gewijzigde solvabiliteit bij Fijn Wonen is het onhaalbaar om e.e.a. te realiseren en wordt het groot onderhoud vooral sober en doelmatig uitgevoerd. In het overleg is afgesproken dat wij in februari 2020 een meeting plannen om het groot onderhoud in detail verder met u te bediscussiëren.*

*De datum voor het nieuwe overleg hebben we een aantal weken moeten verschuiven, omdat de uitwerking van de plannen meer tijd heeft gevraagd dan we vooraf hadden ingeschat. Dit is mede ontstaan omdat we voor de energetische aanpassingen (energiebeperkende maatregelen) een subsidieaanvraag bij de provincie Gelderland hebben ingediend, waardoor het waarschijnlijk mogelijk is om een deel van deze kosten vanuit deze subsidie te betalen. In het komend overleg zullen wij u hierover nader informeren.*

*We willen u van harte uitnodigen voor het overleg van de onderhoudswerkgroep op dinsdag 18 maart van 16:00 uur tot circa 18:00 uur. Het overleg vindt plaats in ons kantoor aan de Hoofdstraat 54 in Raalte.*

*Als u vooraf al vragen heeft, stel ik het op prijs als u met mij contact opneemt. Ik ben bereikbaar op het telefoonnummer van Fijn Wonen (0572) 123 22 12. Of via e-mail: [p.jansen@fijnwonen.nl](mailto:p.jansen@fijnwonen.nl).*

*Met vriendelijke groet,*

*Piet Jansen*

*Ontwikkelaar nieuwbouw & onderhoud*



Heb je hem? Inderdaad, de derde alinea. De uitnodiging voor de onderhoudswerkgroep is het belangrijkste onderdeel. Alleen, de woningcorporatie had dit een beetje verstopt en ratelde eerst twee alinea's lang over andere zaken. Het gevolg: er kwam geen hond opdagen. De lezers waren halverwege de brief al afgehaakt. Vragen als 'Waar gaat dit over?' en 'Is dit voor mij bedoeld?' kwamen voorbij. Jammer van de moeite. Dat had zo veel beter gekund. Bijvoorbeeld door, na een korte inleiding, zo te beginnen:

### **U bent van harte welkom op dinsdag 18 maart**

Van 16 tot 18 uur overleggen we met de onderhoudswerkgroep over de stand van zaken van de onderhoudsplannen. We ontvangen u graag op ons kantoor aan de Hoofdstraat 54.

Als je zo begint, kun je na deze alinea altijd nog gaan ratelen met flauwekulalinea's als je dat wilt. Maar ga geen roman schrijven. Begin gewoon met je kernboodschap. En zet daar ook een mooie kop boven.

## **2.2 MOOIE KOP HEB JE**

### **Dank je**

Bij een sterk middenstuk van een tekst horen ook mooie koppen. Die kunnen een tekst maken of breken. Sterker nog, met mooie koppen hoef je de tekst eigenlijk niet eens te lezen. Alleen koppensnellen volstaat. Je weet als lezer in tien seconden waar het over gaat. Vaak zie je een enkel woord als kop boven een alinea staan. Dat kan. Niets mis mee. Het woord geeft aan waar de alinea over gaat. Kijk maar:

### **Keuken**

Omdat uw keuken aan vervanging toe is, komt u in aanmerking voor een nieuwe. Tussen 5 februari en 10 maart vervangen wij alle keukens in uw complex. Op welke dag u aan de beurt bent, hoort u rechtstreeks van de aannemer. Hij neemt contact met u op voor een afspraak.

Zoals gezegd, niets mis mee. Maar het kan beter. Waarom niet de kernboodschap als kop? Voor de lezer is hier de kernboodschap: *ik krijg een nieuwe keuken*. Dus doe het zo:

### **U krijgt een nieuwe keuken**

Tussen 5 februari en 10 maart vervangen wij alle keukens in uw complex. Op welke dag u aan de beurt bent, hoort u van de aannemer. Hij neemt contact met u op voor een afspraak.

Doe je dit bij alle alinea's, dan weet de lezer al genoeg door alleen de kopjes te lezen. Gemak voor de lezer, daar doe je het toch voor? Nog een paar voorbeelden over andere onderwerpen. Door van de kernboodschap een kopje te maken, geef je veel leesgemak. Kijk maar:

### **U krijgt een nieuw scherm op uw balkon**

Dat komt omdat uw huidige scherm van asbest is. Asbest kan gevaarlijk zijn als het bewerkt wordt. Bijvoorbeeld bij zagen, boren of schuren. Meer informatie over asbest leest u op [www...](#)

### **Een reservering op een andere datum is mogelijk**

Geeft u ons zo snel mogelijk een nieuwe datum door? Dan kunnen wij de kamer voor u reserveren. Geef daarbij ook het boekingsnummer door: BKo23231.

Tussenkopjes zorgen voor leesgemak, dat is wel duidelijk. Maar er zijn een paar richtlijnen. Schrijf je bijvoorbeeld een brief of e-mail, dan zet je geen kopje boven de eerste alinea. Dat hoort niet en het ziet er niet uit. Daarnaast moet je natuurlijk niet overdrijven. Als je een kort mailtje typt, hoeft je geen tussenkopjes te maken. Wat kort is? Dat mag je zelf bepalen, maar vanaf drie alinea's zijn tussenkopjes al nuttig.

Een andere richtlijn is dat variëren met tussenkopjes binnen één tekst niet zo mooi is. Dus kies je voor een kernzin als kopje, blijf daar dan mee doorgaan. Kies je liever een woord als kop, zet dan boven elke alinea één woord.

En vergeet niet: tussen de alinea's zet je natuurlijk witregels. Onder-schat nooit de kracht van mooie witregels.

## 2.3 LEKKER RAMMEN OP DIE ENTER-KNOP

### Lucht op hè?

We kennen allemaal wel iemand die niet ophoudt met praten. Kom je hem ergens tegen, dan weet je: daar komt weer een spraakwaterval. Geen woord krijg je ertussen. Vermoeiend toch? Toch schrijven veel mensen hetzelfde. Lange lappen tekst zonder pauzes en witregels.

Sommige mensen denken dat teksten die verdeeld zijn in alinea's minder serieus of minder zakelijk overkomen. Dat lange lappen tekst professioneler zijn. Onzin natuurlijk. Je schrijft iets dat volgens jou de moeite waard is om gelezen te worden. Waarom zou je het de lezer dan niet gemakkelijk maken?

Wat zijn de voordelen van werken met alinea's?

#### 1 *Overzichtelijke informatie*

Elke alinea heeft een afgeronde hoeveelheid informatie. Daarmee is de tekst een stuk overzichtelijker. Bovendien: als in elke alinea de belangrijkste informatie in de eerste of tweede zin staat, kan de lezer heel gemakkelijk de tekst op hoofdzaken doorlezen.

#### 2 *Rustpunten*

Lange teksten schrikken de lezer af. Er zijn geen rustpunten en er valt niet snel een rode draad te ontdekken. Waar lappen tekst afschrikken, geven alinea's rust.

#### 3 *Mogelijkheid tot scannen*

Omdat we steeds meer informatie tot ons krijgen, kiezen we steeds vaker om teksten even snel te 'scannen'. Hup, even met een schuin oog diagonaal over de hele pagina en klaar is Kees. Dat scannen wordt nog gemakkelijker als je boven elke alinea een kop zet. Een mooie kop dus, dat is inmiddels bekend.

De truc van dit alles? Heel eenvoudig: gewoon lekker vaak rammen op die Enter-knop van je toetsenbord. Wij, Ricky Ruimte en Willem Witregel, gebruiken in dit boek niet voor niets zo veel witregels. Daar houden

we van. En trouwens, al die witregels, dat doen we niet om op zoveel mogelijk pagina's uit te komen. Dat doen we voor jou.

Graag gedaan.

We zijn trouwens lekker op weg. Kernboodschap: check. Alinea's: check. Kopjes: check. Allemaal leuk en aardig, maar je moet wel ergens beginnen. Maar hoe? Door naar de inleiding.

## 2.4 NAAR AANLEIDING VAN UW SAAIE INLEIDING ...

**... komt u helaas niet in aanmerking om de rest van de brief te schrijven**

Vooral in brieven beginnen veel zinnen met: *Naar aanleiding van*. Dat moet je om twee redenen niet meer doen. Ten eerste is het een enorm cliché, nietszeggend zelfs. Ten tweede krijg je een te lange en onpersoonlijke zin:

Naar aanleiding van uw brief d.d. 14 januari 2018 delen wij u mede dat wij uw nieuwe adresgegevens hebben verwerkt in ons systeem.

Als een tekst zo begint, heb je al geen bal zin meer om verder te lezen. Jammer. Veel beter is:

Op 14 januari liet u ons weten dat u bent verhuisd. Uw nieuwe adresgegevens zitten inmiddels in ons systeem.

Mooi hè. Je gebruikt geen lange zinnen. En veel belangrijker: je spreekt de lezer persoonlijk aan. Kijk naar die eerste zin: *Op 14 januari liet u ons weten dat u bent verhuisd*. De lezer denkt: dit gaat over mij. Ik ben inderdaad verhuisd en ik heb die lui een brief gestuurd. Kortom, je hebt meteen de aandacht. Het is eigenlijk heel gemakkelijk. Zie de volgende verschillen:

Naar aanleiding van uw brief d.d. 12 mei jl. ...  
Reactie lezer: 'Pfffff.'