



# **SCHRIJVEN VOOR JE LEZER**

## **MET DEZE ONMISBARE TIPS**

### **KUN JIJ DAT OOK!**

Reken af  
met vage teksten  
die de lezer snel  
opzij legt!

# ***Wat doe je absoluut wel?***

## ***En wat doe je zeker niet?***

Lezersgericht of klantgericht schrijven. Het klinkt zo makkelijk. Toch is het een van de lastigste aspecten van schrijven. Klantgericht schrijven vereist namelijk wat inspanning vooraf: tijdens het schrijfproces zul je heel bewust stil moeten staan bij een aantal punten.

Die punten maken het verschil tussen een goede tekst die zich richt op de lezer en een standaardtekst die vooral is geschreven vanuit de gedachtegang van de schrijver.

Maar lastig betekent natuurlijk niet dat het niet te doen is. Sterker nog, door wat oefening raak je er steeds bedreven in en wordt het uiteindelijk een automatisme. Dan valt de inspanning wel mee.

Met deze vijf concrete tips kun je direct aan de slag. Het is niet moeilijk, het is een kwestie van bewustwording. En oké, ook een kwestie van doen.

**Op naar de tips!**

Wil je meer weten over lezersgericht schrijven?  
Of wil je weten hoe jouw teksten beter kunnen?

Bel of mail me!  
06-47144658  
isabelle@brustekst.nl

## TIP #1

### ***KEN JE LEZERS***

Wie zijn jouw lezers? Dat is misschien wel de belangrijkste vraag die je jezelf moet stellen als je een tekst gaat schrijven.

Wat willen ze weten? Wat drijft hen? Welke problemen hebben ze? In welke hoek zoeken ze oplossingen? Waarom zouden ze überhaupt met jou in zee willen gaan? Zijn je lezers oud of jong? Man, vrouw? Hoog- of laagopgeleid? Vakmensen, collega's, klanten?

Stuk voor stuk factoren die van belang zijn voor je tekst.

Want als je je op je lezer wilt richten moet je hem of haar wel kennen.

Handig om te weten wat je nog moet uitleggen en wat je als bekend kunt veronderstellen. Welk vocabulaire gebruik je? Kies je voor jargon of algemene terminologie? Gebruik je u of je? Bewaar je afstand of kies je voor een persoonlijke benadering? Waarderen jouw lezers een grapje? Dan kun je misschien wel wat lossere formuleren.

Denk daarover na voor je begint met schrijven, dat scheelt een hoop schrappen en redigeren naderhand.

## TIP #2

### ***BEDENK WAT JE MET JE TEKST WILT BEREIKEN***

Wil je je producten of diensten verkopen? Wil je meer contactgegevens van je lezers? Wil je dat mensen zich inschrijven op je nieuwsbrief? Wil je mensen ergens over informeren? Wil je dat je lezer zich aanmeldt voor een event? Wil je sponsors enthousiasmeren?

Bepaal je doel en houd dat steeds voor ogen. Benoem het concreet als dat kan, maar houd het wel vriendelijk en subtiel. Maar verstop het doel niet ergens in de laatste zin. Die laatste zin gebruik je alleen om je belangrijkste boodschap nog een keer te herhalen, als reminder dus.

Elke lezer wil zo snel mogelijk weten waar hij aan toe is als hij begint met lezen. Waarom zou hij een tekst lezen?

Door van begin af aan duidelijk te zijn over wat een lezer 'eraan heeft' (*what's in it for me* - komt dat je bekend voor?), kom je hem tegemoet en zal hij ook eerder geneigd zijn verder te lezen. En dat vergroot de kans dat je hem aan kunt zetten tot de gewenste actie.

## TIP #3 SCHRIJF KORT

Lange, omslachtige formuleringen zijn killing voor het leesplezier.

Vergis je niet, ook zakelijke lezers lezen liever met plezier dan met tegenzin. Echt helemaal niemand wordt blij van lijvige, langdradige rapporten vol lange zinnen. Schrijf dus kort.

Kernachtig formuleren draagt bovendien bij aan een beter tekstbegrip. Dwing jezelf dus om compact te formuleren.

Af en toe een lange zin mag, maar wees er zuinig mee. Wees vooral bedacht op bijzinnen: vaak kun je er net zo goed twee of zelfs drie zinnen van maken. Je kunt je lezer dan bovendien goed 'sturen' met slimme woorden zoals want, omdat, dus.

Kijk maar eens naar de volgende zin:

*In het kader van de nieuwe regelgeving omtrent verhuur dan wel onderhuur van onroerend goed die per direct van kracht is gegaan, is het bewoners niet toegestaan om hun woning, zowel koop- als huurhuizen, voor langere tijd, dat wil zeggen langer dan zes weken aaneengesloten, onder te verhuren via online platforms zoals Airbnb en Wimdu.*

Dat lees je toch liever zo:

*Woningeigenaren én huurders mogen hun woningen vanaf nu maximaal zes weken achter elkaar onderverhuren via online platforms als Airbnb en Wimdu.*

## TIP #4

### **SCHRIJF CONCREET**

Concreet is altijd fijner dan vaag.

De lezer weet na het lezen van een concrete tekst precies hoe het zit, hoe het werkt, hoe lang iets duurt, wanneer hij moet reageren, wanneer een actie afloopt, hoeveel iets kost ...

Je helpt je lezer ook veel meer door specifiek en concreet te zijn, zeker als het om complexe materie gaat. Hij hoeft niet te zoeken in de tekst, hij kan alle informatie makkelijk terugvinden.

Noem dus een specifieke datum of termijn, niet 'binnenkort', 'binnen twee weken' of 'onlangs'. Wees specifiek over aantallen, afmetingen, periodes, prijzen enzovoorts.

Concreet betekent ook direct. Spreek de lezer persoonlijk aan met jij of u, vermijd 'men' of het afstandelijke 'de gebruiker' en varianten daarop.

Concreet schrijven betekent ook dat je dicht bij de praktijk blijft. Noem de dingen gewoon bij hun naam. Gebruik voorbeelden als je iets wilt verduidelijken. Een concreet voorbeeld spreekt meer tot de verbeelding dan een abstracte omschrijving.

## TIP #5

### **BLIJF BIJ JEZELF**

Blijf bij jezelf. De tekst is van jou, jij hebt hem geschreven. Dat wil de lezer erin teruglezen, het maakt de tekst geloofwaardig en authentiek. Lezers waarderen een persoonlijke touch in een tekst. Dat spreekt aan!

Die persoonlijke touch geef je niet aan een tekst door radicaal over te stappen op spreektaal, maar wel door ondoorgrondelijke en 'typische' schrijftaal achterwege te laten.

Kortom: vermijd ambtelijk proza, oubollige schrijftaal en clichés, vaste uitdrukkingen en gezegdes. Allemaal valkuilen die je tekst minder duidelijk maken én de kans op stroef lopende zinnen met fouten erin vergroten. Je maakt het jezelf namelijk nodeloos ingewikkeld.

Je kent zelf vast ook wel van die vastgeroeste zinnen als deze:

*'Hopende u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben, verblijven wij'*

*'Ten aanzien van de op handen zijnde implementatie van de nieuwe werkmethode en de daarbij horende software-update wordt de gebruiker geacht alle technologische ondersteuning die hem op zijn werkplek ter beschikking staat tijdig uit te schakelen. Niet-tijdige uitschakeling zal resulteren in permanent dataverlies.'*

Handige stelregel bij twijfel: zou je deze zinnen of woorden ooit zéggén? Nee? Schrijf ze dan ook niet op. Als een woord of een zin mijlenver van je afstaat, tast hij je authenticiteit en je geloofwaardigheid aan. Je lezer voelt zich er niet door aangesproken.

Bij jezelf blijven telt op zinsniveau, en zeker ook op woordniveau. Denk maar eens aan woorden als desalniettemin, niettegenstaande, ten aanzien van, voornemens te, alvorens ... Zo zijn er nog veel meer.

Het is niet verboden om ze te gebruiken, maar realiseer je wel welk effect ze hebben op je lezer. Sluit zoveel mogelijk aan bij zijn taalgebruik. Zonder jezelf tekort te doen uiteraard.

# Veel succes!

Wil je meer weten over lezersgericht schrijven?  
Of wil je weten hoe jouw teksten beter kunnen?

Bel of mail me!

06-47144658  
isabelle@brustekst.nl

**Isabelle Brus**  
Brus TEKST  
schrijftraining & tekstadvies  
[www.brustekst.nl](http://www.brustekst.nl)