

# Schrijfwijzer

## Begrijpelijke brief

Nu begrijp ik je en doe ik mee!

### Auteurs:

PhD. Ruth Dalemans (overall projectleider) (Zuyd Hogeschool)

PhD. Steffy Stans (projectleider Zuyd) (Zuyd Hogeschool)

Drs. Jeanet van de Korput (projectleider Windesheim) (Hogeschool Windesheim)

Annabet Jongkind (projectleider Saxion) (Saxion Hogeschool)

Msc. Lalash Tahir (Hogeschool Windesheim)

PhD. Ellen Oosterkamp-Szwajcer (Saxion Hogeschool)

Ma. Vивиënne Wolterink (Saxion Hogeschool)

Msc. Katrien Horions (Zuyd Hogeschool)

BSc. Stephanie Cornips (Zuyd Hogeschool)

Bsc. Pauline Lahoye (Zuyd Hogeschool)

In samenwerking met Koraal, IJsseldal Wonen, Gemeente Almere



## Waarvoor dient deze Schrijfwijzer?

Mensen ontvangen regelmatig brieven van organisaties.

In deze brieven staat informatie die belangrijk voor hen is.

Het gaat bijvoorbeeld om een besluit van de gemeente of een toegewezen woning.

Vaak vinden mensen het moeilijk om de brieven te begrijpen en te gebruiken.

De brief is te lang, te moeilijk, onaantrekkelijk of komt niet prettig over.

Soms is het onduidelijk welke actie de lezer moet ondernemen.

## Wat is begrijpelijke geschreven taal?

**Geschreven taal is begrijpelijk als:**

- ✓ De lezer op een prettige manier aangesproken wordt.
- ✓ De schrijver en lezer de boodschap hetzelfde begrijpen.
- ✓ De lezer de mogelijkheden tot actie begrijpt.



De Schrijfwijzer helpt je om een begrijpelijke en bruikbare brief op te stellen met behulp van:



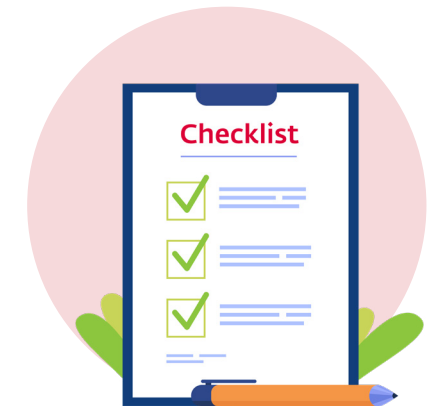
Actiepunten om een nieuwe brief toegankelijk en leesbaar te maken



Mogelijkheden om je brief aan te passen aan de doelgroep die je wilt bereiken



Een stappenplan met uitleg en tips voor het schrijven van een nieuwe brief



Een checklist voor een bestaande brief zodat je deze kan controleren en verbeteren

## Wat levert het op?

- ✓ De lezer begrijpt de brief beter.
- ✓ De lezer voelt zich serieus genomen en gezien.
- ✓ De lezer begrijpt de boodschap van de brief.
- ✓ De lezer voelt zich prettig aangesproken.
- ✓ De lezer weet welke actie(s) hij wanneer moet uitvoeren.
- ✓ De lezer weet waar hij hulp kan vragen.
- ✓ De communicatie tussen lezer en schrijver kost minder energie en levert meer op.
- ✓ Misverstanden en aantal oproepen omdat de brief niet begrepen wordt, nemen af.



## Nu begrijp ik je en doe ik mee!

Deze Schrijfwijzer bestaat uit een stappenplan voor het schrijven van nieuwe brieven en zorgplannen en een checklist voor het controleren van bestaande brieven en zorgplannen.

## Hoe is deze Schrijfwijzer ontstaan?

De Schrijfwijzer komt voort uit het RAAK-Publiek onderzoeksproject "Nu begrijp ik je en doe ik mee!".

Dit onderzoeksproject is mede mogelijk gemaakt via SIA (Stichting Innovatie Alliantie).

Aanleiding voor het onderzoek was dat brieven en zorgplannen niet begrijpelijk waren voor de lezer.

Bij het onderzoek waren naast drie Hogescholen (Zuyd, Saxion en Windesheim) de Zorggroep Koraal, Woningbouwvereniging IJsseldal Wonen en de Gemeente Almere betrokken.

Zij onderzochten wat er nodig is om een brief of zorgplan begrijpelijk te maken.

Het onderzoek werd samen met de inwoners, huurders, cliënten, professionals en experts uitgevoerd.

Hierbij hielden zij ook rekening met mensen die communicatief kwetsbaar zijn.

Het project bestond uit een reeks van zeven onderzoeksactiviteiten:



Wetenschappelijke literatuur bestudeerd



Interviews gehouden



Regels opgesteld voor begrijpelijke brieven en zorgplannen



Bestaande brieven en zorgplannen aangepast aan de hand van nieuw opgestelde regels die uit dit onderzoek voortkomen



Nieuwe versies van het zorgplan en van brieven voorgelegd en getest bij inwoners, huurders, cliënten, verwanten en professionals



Geteste brieven en zorgplannen aangepast



Het opstellen van de Schrijfwijzer

# Schrijf je een nieuwe brief of check je een bestaande brief?

Deze Schrijfwijzer bestaat uit twee delen: een stappenplan en een checklist.

1. Doorloop het stappenplan. Dit is relevant als je een nieuwe brief ontwikkelt.
2. Doorloop de checklist. Dit is relevant als je een bestaande brief checkt op begrijpelijkheid.
3. Concludeer wat voor jou actiepunten zijn om een brief begrijpelijk en bruikbaar te maken.



**NIEUWE BRIEF**  
Stappenplan



**BESTAANDE BRIEF**  
Checklist



*Maak je keuze door op de buttons te klikken*



# Nieuwe brief

Stappenplan





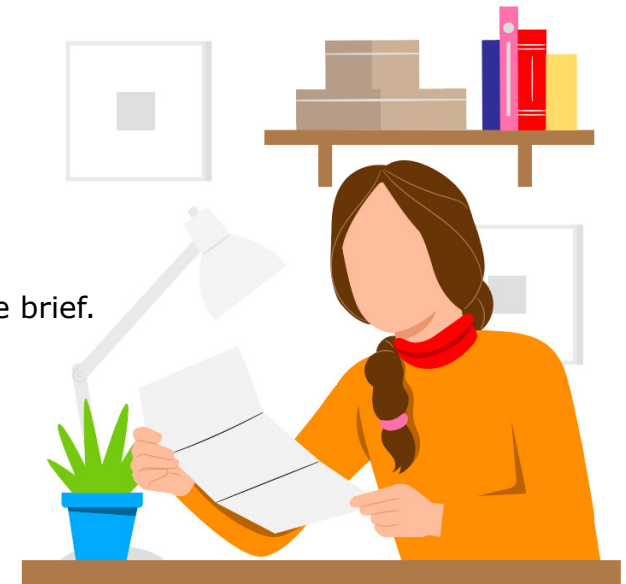
## STAP 1: Houd rekening met de lezer van de brief:

- ✓ Informeer je over de lezer(s) en hun omgeving.
- ✓ Houd rekening met de kenmerken van de lezer(s).
- ✓ Ga na welk taalniveau de lezer heeft.

Op niveau B1 is de taal eenvoudiger en begrijpelijk voor de meerderheid van de mensen, ongeacht hun opleidingsniveau.

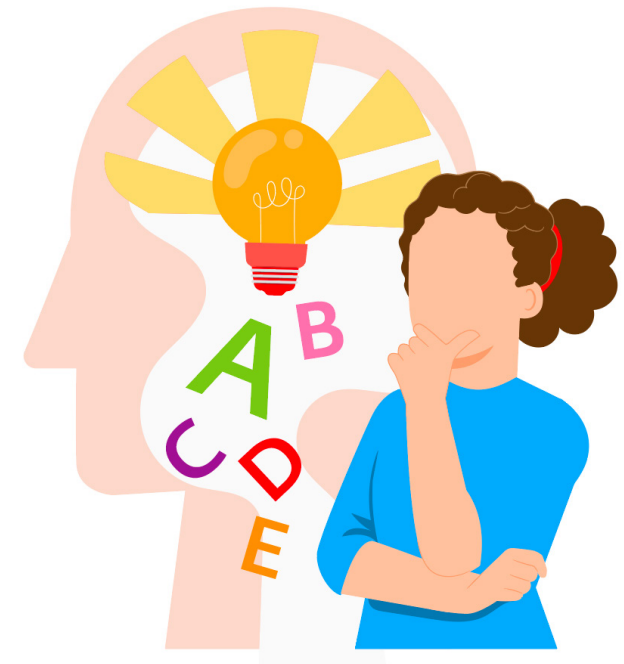
Er zijn in totaal zes niveaus waarbij A1 het basisniveau is en C2 het hoogste niveau vertegenwoordigt.

- ✓ Denk na over de aanspreekvorm: formeel of informeel, bij twijfel gebruik "U".
- ✓ Zorg dat de lezer zich begrepen voelt.
- ✓ Schrijf op een passende toon. Tip: houd hierbij rekening met de boodschap van de brief.
- ✓ Gebruik een gepersonaliseerde aanhef en afzender.



## STAP 2: Gebruik begrijpelijke taal

- ✓ Gebruik hetzelfde woord voor hetzelfde begrip.
- ✓ Maak gebruik van korte woorden, bijvoorbeeld het woord 'verslag' in plaats van 'rapportage'.
- ✓ Maak gebruik van hoogfrequente (alledaagse) en hoogvoorstelbare (aanwijsbare) woorden.
- ✓ Maak gebruik van korte zinnen, gemiddeld 10-12 woorden per zin.
- ✓ Schrijf per zin maximaal één boodschap.
- ✓ Begin iedere zin op een nieuwe regel.
- ✓ Vermijd onnodige herhalingen.
- ✓ Vermijd vakjargon.
- ✓ Houd rekening met nieuwkomers.
- ✓ Verwijs correct naar bijlages.
- ✓ Beperk het aantal bijlages.
- ✓ Zorg dat de bijlages ook begrijpelijk zijn.



## STAP 3: Geef een duidelijke boodschap

### Kern van de boodschap:

- ✓ Formuleer de kern van de boodschap kort en krachtig.
- ✓ Houd het aantal boodschappen beperkt.
- ✓ Maak duidelijk van wie de boodschap in de brief is.

### Doel van de brief:

- ✓ Breng de lezer op de hoogte van een besluit:
  - ✓ Geef eerst de uitslag van het besluit en onderbouw dit daarna met een toelichting.
- ✓ De lezer krijgt belangrijke informatie:
  - ✓ Gebruik heldere taal.
  - ✓ Maak gebruik van kopjes.
  - ✓ Zet de essentiële informatie in de brief.
  - ✓ Zet de overige informatie in de bijlage.
  - ✓ Geef een verwijzing naar waar meer informatie te vinden is.



## STAP 4: Kies een logische opbouw van de brief

### Bouw de informatie in de brief logisch op.

- ✓ De belangrijkste informatie staat aan het begin van de brief.
- ✓ Geef een beknopte uitleg/onderbouwing/toelichting waardoor de reden van de boodschap duidelijk is.
- ✓ Geef alle noodzakelijk praktische informatie in de brief.
- ✓ Maak gebruik van een puntsgewijze samenvatting.
- ✓ Overige/minder belangrijke informatie staat in de bijlage.
- ✓ Voeg een begrippenlijst toe voor vaktaal en afkortingen.
- ✓ Geef aan als er ook informatie op de achterkant van de brief staat.



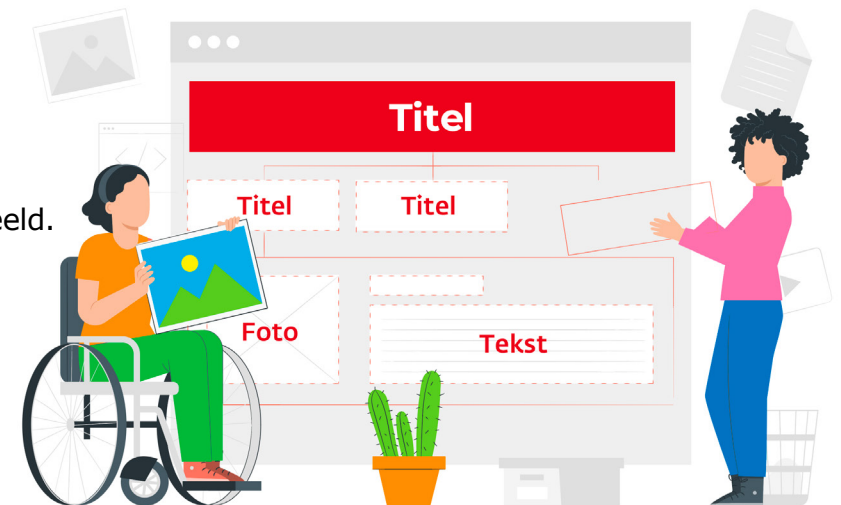
## STAP 5: Versterk de brief met een goede lay-out en beeld

### Lay-out

- ✓ Zorg voor een rustige uitstraling.
- ✓ Zet de alinea's in een logische volgorde.
- ✓ Gebruik vetgedrukte woorden bij belangrijke termen of stappen die de lezer moet zetten.
- ✓ Maak gebruik van een kader voor belangrijke informatie.
- ✓ Wees consequent in de opmaak (één lettertype en één lettergrootte, bijvoorbeeld Verdana, Calibri of Arial).
- ✓ Gebruik kleur en kaders bij te ondernemen acties.
- ✓ Nummer de pagina's.

### Beeldmateriaal

- ✓ Gebruik professionele visualisaties.
- ✓ Gebruik visualisaties met een duidelijk contrast tussen achtergrond en beeld.
- ✓ Vermijd onnodige details in de visualisatie.
- ✓ Gebruik één type visualisatie per document (pictogrammen of foto's of iets anders).
- ✓ Gebruik beelden ter ondersteuning van stappen die de lezer moet nemen (actiegericht).



## STAP 6: Zorg dat de lezer weet welke actie hij moet ondernemen

### Inhoud van de actie

- ✓ Beschrijf de acties kort en bondig.
- ✓ Loods de lezer door de brief heen: 'Stap 1...klaar? Ga naar stap 2. Heeft u alle stappen doorlopen..? Hoe nu verder?'
- ✓ Geef uitleg over het belang en de reden van de actie.
- ✓ Zorg dat het aantal acties haalbaar is voor de lezer.
- ✓ Zorg dat er voldoende tijd is om de acties uit te voeren.
- ✓ Verwijs duidelijk door naar een andere organisatie door informatie te verstrekken over de contactmogelijkheden.

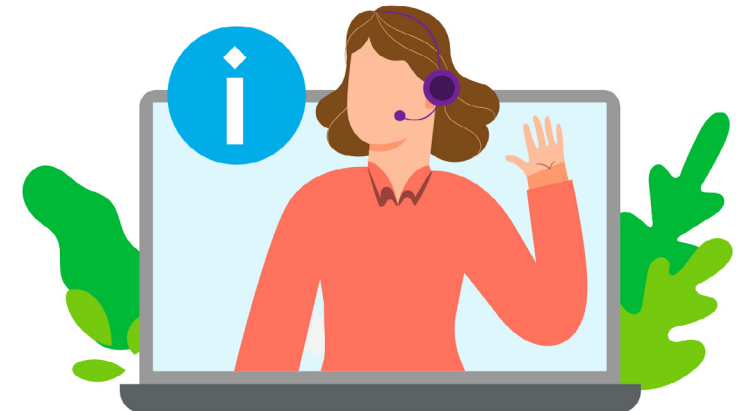
### Ondersteunde lay-out

- ✓ Maak de te nemen stappen vetgedrukt.
- ✓ Voeg een afvinklijst toe.
- ✓ Geef actiewoorden een kleur.
- ✓ Maak onderscheid tussen de vormgeving van tekst ter informatie en te ondernemen acties.



## STAP 7: Geef de mogelijkheid om hulp te vragen

- ✓ Nodig de lezer uit om contact te zoeken als er vragen zijn.
- ✓ Geef een duidelijk telefoonnummer met doorkiesnummer indien nodig.
- ✓ Geef aan waar mensen meer informatie kunnen vinden (verwijs naar filmpjes/websites/FAQ)..



## STAP 8: Test de brief

Ga in contact met de doelgroep en test de brief.

Alleen door het testen bij de doelgroep weet je of de lezer de brief begrijpt en kan gebruiken.

Lezers zijn vaak bereid om mee te denken. Wees niet bang om hen 'lastig te vallen' met vragen over een brief.

Maak onderscheid tussen objectieve testen en subjectieve testen.

### Objectief testen

Objectief testen is bijvoorbeeld het bepalen van het leesniveau van een brief.

**Er bestaan meerdere objectieve testen.**

- ✓ Een makkelijk toegankelijke tool is de accessibilitytool: Plaats minimaal tien zinnen in het veld op [Leesniveau | Accessibility.nl](#) en je krijgt een inschatting van het taalniveau.
- ✓ Twijfel je of een woord begrijpelijk genoeg is voor de lezer? Gebruik dan de website [Is het b1?](#). Je krijgt hier dan ook suggesties voor een ander woord.
- ✓ Als je je afvraagt of je tekst moeilijk te lezen is vanwege lange zinnen, dan kan [Online Word Counting Tool | Count Wordsworth](#) je daar direct antwoord op geven. Je voert simpelweg je tekst in en krijgt meteen een overvloed aan informatie, zoals de gemiddelde zinslengte, woordlengte, aantal alinea's en zelfs het aantal lettergrepen per woord. Het enige nadeel is dat het een Engelstalig hulpmiddel is en sommige functies, zoals het meten van het aantal clichés, niet werken.





### Subjectief testen

Bij subjectieve testen kun je kijken naar de leeservaring (hoe plezierig of met welk gemak kan ik de tekst lezen) én het leesbegrip (begrijpt de lezer de tekst door het stellen van vragen over de tekst).

- Vragen over de tevredenheid. Stel vragen over hoe tevreden lezers zijn over de brief.
- Vragen over de begrijpelijkheid: Stel vragen over de woorden en zinnen die gebruikt worden in de brief, vraag de lezer deze woorden uit te leggen. Stel vragen als 'waar denkt u dat dit over gaat'.

De brief testen kan door individuele gesprekken of in een groepsgesprek. Tijdens een groepsgesprek kan je ook samen brainstormen over hoe de begrijpelijkheid verbeterd kan worden. Een andere methode is 'guided discover'. Bij deze methode verwoordt de lezer hardop wat hij doet en denkt tijdens het lezen van de brief. Via deze link vind je tien methoden om de begrijpelijkheid van de tekst in de brief te meten: [lezersonderzoek \(deel 2\): methoden - Didactiek Nederlands](#).

Let op: informeer de lezer op voorhand over de benodigde tijd van de test.

### Vragen waar je aan kan denken bij het testen zijn bijvoorbeeld:

- ✔ Sluit de brief aan bij de lezer en zijn omstandigheden?
- ✔ Begrijpt de lezer de kern van de boodschap?
- ✔ Weet de lezer welke acties ondernomen moeten worden en in welke volgorde?
- ✔ Ondersteunt de lay-out de boodschap van de brief?
- ✔ Sluiten de gebruikte beelden aan bij de lezer?
- ✔ Weet de lezer waar hij hulp kan krijgen?



## STAP 9: Gebruik de brief in de praktijk

Schreef je de brief aan de hand van het stappenplan en zag je kans de brief bij de doelgroep te testen?

Dan kan je de nieuwe brief gaan gebruiken in de praktijk.

Wil je de brief daarna toch nog aanpassen?

Maak gebruik van de checklist 'Bestaande Begrijpelijke Brief'.





**Bedankt voor het doorlopen van de Schrijfwijzer!**

**Succes met je nieuwe brief!**

# Checklist



# Hoe werkt de checklist?

- De checklist op de volgende pagina bestaat uit elf onderwerpen.
- Elk onderwerp is aan te klikken en verwijst je door naar een vragenlijst.
- Bij een positief antwoord op de vraag word je doorgestuurd naar de volgende vraag.
- Bij een negatief antwoord word je doorgestuurd naar 'jouw actiepunten'.
- Hier kan je deze vraag aanduiden als actiepunt.
- Nadat je de hele checklist hebt doorlopen heb je een duidelijk overzicht hoe je je brief kan verbeteren.



## De checklist



Maak je keuze door op de buttons te klikken



Naar de actiepunten

# Lezer

## Vraag 1

Past de brief bij het taalniveau van de lezer?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk om het taalniveau van de lezer van de brief te kennen zodat het taalgebruik daarop kan worden aangepast. Als je twijfels hebt over het taalgebruik, overweeg dan om de brief voor te leggen aan een testgroep met representatieve personen die vergelijkbaar zijn met de lezer. Hun feedback kan waardevol zijn. Houd altijd het doel van de communicatie in gedachten en pas de toon en stijl daaraan aan.



# Lezer

## Vraag 2

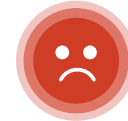
Is bekend wie de lezer is van de brief?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het in kaart brengen van de kenmerken (zoals bijvoorbeeld opleiding, taalniveau, sociaal economische status, culturele achtergrond en leeftijd) van de lezer is een belangrijke stap in het proces van begrijpelijke communicatie. Het helpt bij het aanpassen van de boodschap aan de behoeften van de lezer en draagt bij aan een succesvolle en respectvolle interactie.



Mijn actiepunten

40%

Verder





# Lezer

## Vraag 3

Past de brief bij de kenmerken van de lezer?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het aanpassen van de brief aan de kenmerken van de lezer is een cruciale stap om effectieve communicatie te bereiken. Het vergroot de relevantie, vermindert misverstanden, toont respect en draagt bij aan het opbouwen van een positieve relatie met de lezer.



# Lezer

## Vraag 4

Toont de brief begrip voor de situatie van de lezer?



Ja



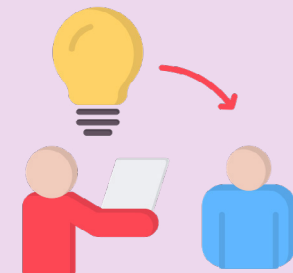
Gedeeltelijk



Nee



Het tonen van begrip voor de situatie van de lezer is een belangrijk aspect van effectieve communicatie. Het draagt bij aan een positieve relatie, vertrouwen en reactie van de lezer. Deze factoren komen ten goede aan het succes van effectieve communicatie.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Toon'



# Toon

## Vraag 1

Is de toon vriendelijk?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Een vriendelijke toon in de brief draagt bij aan een positieve eerste indruk. Het maakt de boodschap toegankelijker en vermindert de kans op misverstanden. Mensen reageren over het algemeen beter op een brief die vriendelijk overkomt. Een vriendelijke toon vergroot de kans dat de lezer positief reageert op de boodschap en vergroot daarmee de respons op de brief.



# Toon

## Vraag 2

Is de aanhef gepersonaliseerd?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Door de aanhef van de brief te personaliseren met de naam van de lezer, toont de schrijver een persoonlijke benadering. Dit draagt bij aan een gevoel van individualiteit en waardering. Een persoonlijke aanhef kan de leesbaarheid van de brief vergroten. Mensen voelen zich vaak meer betrokken bij een boodschap die specifiek op hen is gericht. Mensen zijn over het algemeen meer geneigd te reageren op communicatie die persoonlijk op hen is afgestemd. Een persoonlijke aanhef vergroot de kans op een positieve reactie.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Begrijpelijke  
taal'



Mijn actiepunten

100%

# Begrijpelijke taal

## Vraag 1

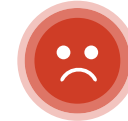
Wordt steeds hetzelfde woord voor hetzelfde begrip gebruikt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee

- i** Het consequent gebruiken van hetzelfde woord voor hetzelfde begrip voorkomt verwarring bij de lezer en draagt bij aan de betrouwbaarheid van de informatie. Hierdoor vermindert de kans op misverstanden en verkeerde interpretaties en komt de boodschap begrijpelijker over. Herhaling van specifieke termen kan helpen bij het benadrukken van belangrijke concepten. Dit versterkt de boodschap en maakt het gemakkelijker voor de lezer om de kernpunten te begrijpen.



# Begrijpelijke taal

## Vraag 2

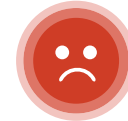
Zijn er korte woorden gebruikt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee

**i** Het gebruik van korte woorden in de brief vermindert het risico op misverstanden en zorgt ervoor dat de boodschap direct begrepen wordt. Korte woorden stellen de schrijver in staat om informatie beknopt over te brengen en maken de tekst toegankelijker voor een breed publiek. Korte woorden worden sneller verwerkt door de lezer en hebben meer impact. Mensen hebben de neiging om kortere woorden beter te onthouden dan langere woorden. Gebruik bijvoorbeeld het woord 'verslag' in plaats van 'rapportage'.

ABC  
↔



# Begrijpelijke taal

## Vraag 3

Zijn er hoogfrequente woorden gebruikt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Hoogfrequente woorden zijn woorden die in het dagelijks leven vaak gebruikt worden en die mensen dus al door gesprekken oppikken.

Laagfrequente woorden zijn woorden die alleen gebruikt worden in bepaalde situaties zoals in vaktaal, in kranten, poëzie en andere situaties.

Bijvoorbeeld: gebruik het woord 'koken' en niet 'blancheren'.



Mijn actiepunten

27%

Verder [>](#)

# Begrijpelijke taal

## Vraag 4

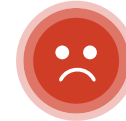
Zijn er hoogvoorstelbare woorden gebruikt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Hoogvoorstelbare woorden zijn concrete begrippen die je makkelijk kan weergeven in beeld of met gebaren of kan aanwijzen (bijvoorbeeld vinger). Laagvoorstelbare woorden zijn abstracte begrippen (bijvoorbeeld schaamte). Vermijd laagvoorstelbare woorden als er een hoogvoorstelbaar alternatief is, bijvoorbeeld: gebruik 'geld' (hoogvoorstelbaar) in plaats van 'financiële middelen' (laagvoorstelbaar).



Mijn actiepunten

36%

Verder [➤](#)



# Begrijpelijke taal

## Vraag 5

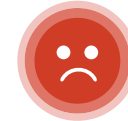
Zijn er korte zinnen gebruikt?



Ja



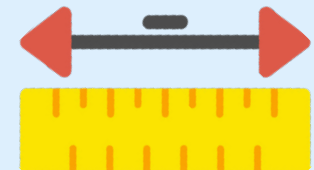
Gedeeltelijk



Nee



Niet iedere zin hoeft even lang te zijn. Zorg dat de gemiddelde lengte van zinnen 10 tot 12 woorden bevat. Maak van lange zinnen twee of meerdere korte zinnen. Indien een komma nodig is, maak er dan twee zinnen van.



Mijn actiepunten

45%

Verder [➤](#)

# Begrijpelijke taal

## Vraag 6

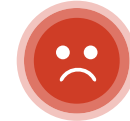
Zijn onnodige herhalingen vermeden?



Ja



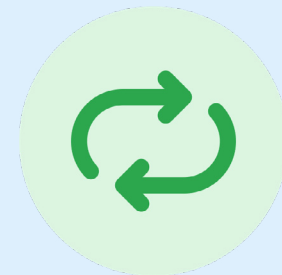
Gedeeltelijk



Nee



Maak de brief niet langer dan nodig. Dit doe je door onnodige herhalingen te vermijden. Zo beperk je de verwerkingstijd van de lezer.



# Begrijpelijke taal

## Vraag 7

Is de boodschap (en het systeem eromheen) ook begrijpelijk voor nieuwkomers?



Ja



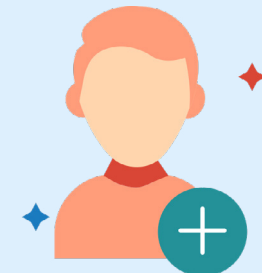
Gedeeltelijk



Nee



Om de brief (en het systeem eromheen) ook begrijpelijk te maken voor nieuwkomers, is er naast het gebruik van begrijpelijke taal ook de mogelijkheid om de brief aan te bieden in meerdere talen.



# Begrijpelijke taal

## Vraag 8

Is de bijlage ook begrijpelijk?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Een begrijpelijke bijlage is een verlengstuk van de brief en hoort de inhoud aan te vullen. Te veel bijlagen of irrelevante bijlagen kunnen de begrijpelijkheid van de brief verminderen. Als de bijlage complexe informatie bevat, kan het nuttig zijn om een samenvatting of uitleg in de hoofdtekst van de brief op te nemen.



# Begrijpelijke taal

## Vraag 9

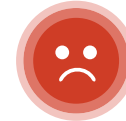
Is er een begrippenlijst toegevoegd? (In het geval van een brief met vaktaal of afkortingen)



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Indien het noodzakelijk is om een vakterm of afkorting te gebruiken in de brief, bijvoorbeeld een juridische term, zorg dan dat je deze toelicht in een begrippenlijst.



# Begrijpelijke taal

## Vraag 10

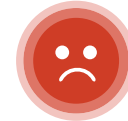
Wordt er aangegeven dat er informatie op de achterkant van de brief staat?



Ja



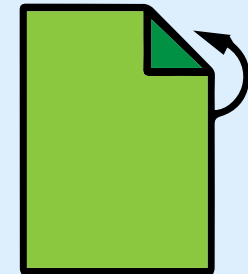
Gedeeltelijk



Nee



Omdat veel mensen ervan uitgaan dat de brief ophoudt na de handtekening van de schrijver, is het belangrijk om op de voorkant aan te geven dat er ook informatie op de achterkant van de brief staat.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Boodschap'



Mijn actiepunten

100%

# Boodschap

## Vraag 1

Heeft de brief een duidelijke boodschap?  
Is de kern van de boodschap duidelijk?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Een heldere kernboodschap is belangrijk voor effectieve communicatie. Het verhoogt de impact van de boodschap, het voorkomt verwarring en draagt bij aan effectieve communicatie tussen de schrijver en lezer van de brief.



# Boodschap

## Vraag 2

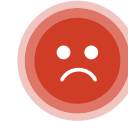
Is het aantal boodschappen beperkt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het beperken van het aantal boodschappen in een brief draagt bij aan duidelijke en effectieve communicatie. Het verhoogt de kans dat de boodschappen begrepen worden en de gewenste reactie oproept bij de lezer.





# Boodschap

## Vraag 3

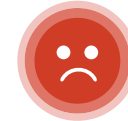
Is het onderwerp van de brief gelijk aan de inhoud van de brief?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Als het onderwerp van de brief overeenkomt met de inhoud van de brief helpt dit om de leesbaarheid te verbeteren. Hierdoor kloppen de verwachtingen en wordt het vertrouwen versterkt tussen de schrijver en lezer van de brief.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Doel'



Mijn actiepunten

100%

# Doel

## Vraag 1

Wordt de lezer op de hoogte gebracht van een besluit?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk om de lezer op de hoogte te brengen van een besluit dat onderbouwd is. Beschrijf eerst het besluit en geef daarna een duidelijke onderbouwing van het besluit.



# Doel

## Vraag 2

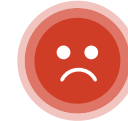
Wordt de lezer gevraagd om een actie uit te voeren?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Is de brief actiegericht? Let erop dat duidelijk is waar en hoe de actie kan worden uitgevoerd.



# Doel

## Vraag 3

Zijn besluiten, eisen, berekeningen en acties toegelicht?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het toelichten van besluiten, eisen, berekeningen en acties draagt bij aan effectieve en begrijpelijke communicatie. Het vergroot de kans op succesvolle interactie tussen de schrijver en lezer van de brief.



Terug naar overzicht



Verder naar 'Opbouw'



Mijn actiepunten

100%

# Opbouw

## Vraag 1

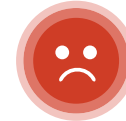
Staat de belangrijkste boodschap bovenaan?



Ja



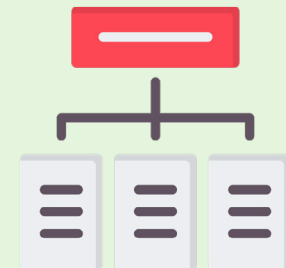
Gedeeltelijk



Nee



Het plaatsen van de belangrijkste boodschap bovenaan in de brief draagt bij aan effectieve communicatie: het trekt de aandacht en vergemakkelijkt snelle besluitvorming. Het helpt de lezer om snel de kern van de boodschap te begrijpen en de gewenste actie te ondernemen.



# Opbouw

## Vraag 2

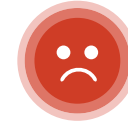
Wordt de reden van de boodschap beknopt toegelicht?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het beknopt toelichten van de reden van de boodschap draagt bij aan effectieve communicatie door efficiëntie, leesbaarheid, snel begrip en een professionele uitstraling te bevorderen. Het helpt de boodschap duidelijk en doelgericht over te brengen.



Mijn actiepunten

32%

Verder



# Opbouw

## Vraag 3

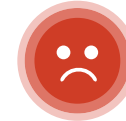
Is de volgorde van de brief logisch opgebouwd?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Een logische opbouw draagt bij aan de leesbaarheid, begrijpelijkheid, doelgerichtheid en structuur van de brief. Bij een logische opbouw kan je denken aan het eerst benoemen van de belangrijkste boodschap, dan de toelichting of uitleg en daarna wat de acties zijn en/of waar hulp kan worden gevraagd.



# Opbouw

## Vraag 4

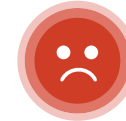
Staat alle noodzakelijke praktische informatie in de brief?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het opnemen van alle noodzakelijke praktische informatie draagt bij aan effectieve, begrijpelijke en professionele communicatie. Het minimaliseert verwarring, bevordert efficiëntie en vergemakkelijkt de gewenste acties voor de lezer.





# Opbouw

## Vraag 5

Is er een puntsgewijze samenvatting?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Een puntsgewijze samenvatting is een effectief middel om de leesbaarheid, begrijpelijkheid en efficiëntie van een brief te verbeteren. Het biedt een snelle en gestructureerde weergave van de belangrijkste informatie, waardoor de impact van de communicatie wordt vergroot.



# Opbouw

## Vraag 6

Staat de overige/minder belangrijke informatie in de bijlage?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het gebruik van bijlagen voor minder belangrijke informatie draagt bij aan effectieve, efficiënte en overzichtelijke communicatie. Het helpt de lezer om de gewenste informatie gemakkelijk te vinden en vergemakkelijkt het begrip van de kernboodschap van de brief.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Lay-out'



Mijn actiepunten

100%

# Lay-out

## Vraag 1

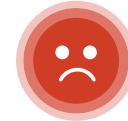
**Straalt de lay-out rust en overzicht uit?**



Ja



Gedeeltelijk



Nee



De lay-out van de brief is belangrijk. De manier waarop de informatie wordt gepresenteerd bepaalt de eerste indruk van de lezer. Het is belangrijk dat de lezer niet wordt afgeleid door een onrustige lay-out. Je creëert een rustige bladspiegel door het gebruik van voldoende witruimte, kantlijnen, consequente indeling, tekstblokken en het gebruik van titels.



Mijn actiepunten

14%

Verder [➤](#)

# Lay-out

## Vraag 2

Zijn de belangrijke termen of stappen vetgedrukt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Door het gebruik van vetgedrukte tekst voor belangrijke termen of stappen in een brief wordt de aandacht gericht op de cruciale informatie en wordt de leesbaarheid van de brief verbeterd.

# B



# Lay-out

## Vraag 3

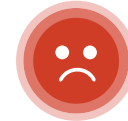
Wordt er gebruik gemaakt van een kader bij belangrijke info?



Ja



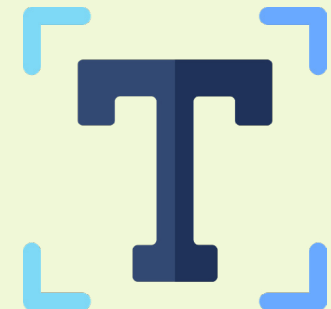
Gedeeltelijk



Nee



Het gebruik van kaders met belangrijke informatie in brieven biedt verschillende voordelen die de begrijpelijkheid van de communicatie kunnen vergroten. Het gebruik van kaders met belangrijke informatie verbetert de visuele presentatie, leesbaarheid en begrijpelijkheid van een brief. Het is een effectieve manier om bepaalde details te benadrukken en de boodschap op een gestructureerde manier over te brengen.



# Lay-out

## Vraag 4

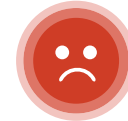
Is er één lettertype en één lettergrootte gebruikt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het gebruik van één lettertype en één lettergrootte zorgt voor consistentie in de lay-out van de brief. Consistentie draagt bij aan een professionele uitstraling en maakt de brief gemakkelijker te lezen. Te veel variatie in lettertypen en lettergroottes kan afleidend zijn. Het is belangrijk dat de inhoud van de brief centraal staat. Het gebruik van slechts één lettertype en lettergrootte draagt bij aan de focus op de boodschap.

AaI



# Lay-out

## Vraag 5

Zijn de pagina's genummerd?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het gebruik van paginanummers in de brief draagt bij aan de algehele ordelijkheid van een document en geeft een professionele uitstraling. Het helpt de lezer om gemakkelijk door de brief te navigeren, vooral als het document meerdere pagina's beslaat. Dit voorkomt verwarring over de volgorde van de pagina's.



# Lay-out

## Vraag 6

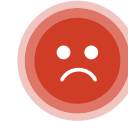
Wordt er gebruik gemaakt van kleur of kaders bij te ondernemen acties?



Ja



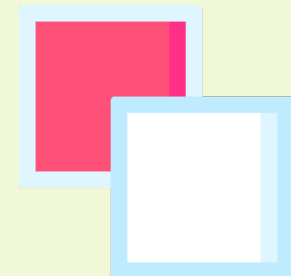
Gedeeltelijk



Nee



Het gebruik van kleur en kaders in de brief kan de visuele presentatie verbeteren en de belangrijkste informatie benadrukken. Door belangrijke informatie te markeren met een opvallende kleur of een kader, trek je de aandacht van de lezer naar die specifieke sectie. Dit is vooral handig als er cruciale details zijn die niet over het hoofd mogen worden gezien. Een matig gebruik van kleur en kaders kan bijdragen aan de professionele uitstraling van het document.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Beeld'



Mijn actiepunten

100%



# Beeldmateriaal

## Vraag 1

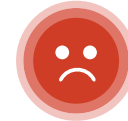
Geeft de inhoud van de brief aanleiding tot het gebruiken van beelden zoals foto's, pictogrammen of iets anders?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het gebruik van beelden zoals foto's en pictogrammen in de brief kan complexe informatie verduidelijken en eenvoudiger te begrijpen maken. Bijvoorbeeld een plattegrond van een locatie, een organigram of een diagram kan visueel weergeven wat moeilijk in woorden uit te leggen is. Bij het gebruik van beelden is het belangrijk om rekening te houden met de lezer, de context en de professionaliteit van de communicatie. Zorg dat het contrast tussen de afbeelding en de achtergrond duidelijk is. Let erop dat er geen onnodige details op de afbeelding staan die afleiden van de boodschap. Overmatig gebruik of ongepaste afbeeldingen kunnen afleiden of zelfs afbreuk doen aan de boodschap die je wilt overbrengen. Het is ook belangrijk om rekening te houden met eventuele auteursrechten of licenties voor de gebruikte afbeeldingen.



Mijn actiepunten

33%

Verder [>](#)

# Beeldmateriaal

## Vraag 2

Zijn er professionele beelden gebruikt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Professionele afbeeldingen dragen bij aan de professionaliteit en geloofwaardigheid van de brief. Ze laten zien dat er aandacht is besteed aan de presentatie.



# Beeldmateriaal

## Vraag 3

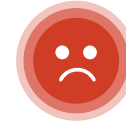
Worden de te nemen stappen ondersteund door beeld?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Bij het verstrekken van instructies kunnen pictogrammen of illustraties het begrip vergemakkelijken. Ze kunnen dienen als visuele aanwijzingen en de lezer helpen bij het correct uitvoeren van bepaalde taken.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Actie'



Mijn actiepunten

100%

# Actie

## Vraag 1

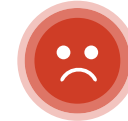
Is het helder welke acties de lezer moet ondernemen?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk dat de te ondernemen acties duidelijk zijn voor de lezer. Het doel is om de lezer alle benodigde informatie te verstrekken op een manier die gemakkelijk te begrijpen is. Als de lezer duidelijk weet welke acties hij moet ondernemen en hoe hij dat moet doen, is het doel bereikt.

**ACTION**



Mijn actiepunten

11%

Verder



# Actie

## Vraag 2

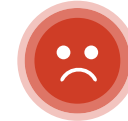
Is het helder hoe de lezer de actie moet ondernemen?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk om de brief te schrijven met de lezer in gedachten. Zorg ervoor dat de instructie voor hem begrijpelijk en uitvoerbaar is. Duidelijke en expliciete taal over de stappen die de lezer moet nemen, details zoals deadlines, benodigde documenten, locaties, enz. zijn belangrijke ingrediënten. Plaats de belangrijkste acties op een opvallende plek en gebruik opsommingstekens of genummerde lijsten om de stappen puntsgewijs weer te geven. Herhaal indien nodig de belangrijkste punten en acties.



Mijn actiepunten

22%

Verder [>](#)

# Actie

## Vraag 3

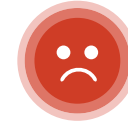
Zijn de acties kort en bondig omschreven?



Ja



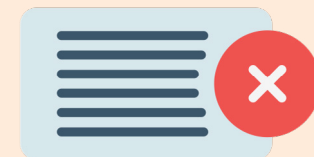
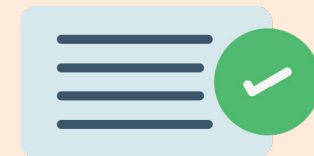
Gedeeltelijk



Nee



Beschrijf de te ondernemen acties kort en bondig. Dit vermindert verwarring en de lezer begrijpt beter wat er van hem wordt verwacht. Hierdoor wordt de focus behouden, het is gemakkelijker te onthouden en er wordt tijd bespaard. Duidelijke beknopte actiepunten moedigen de lezer aan om direct tot actie te komen en het verbetert de respons.



# Actie

## Vraag 4

Wordt de lezer stap voor stap door de brief geleid?



Ja



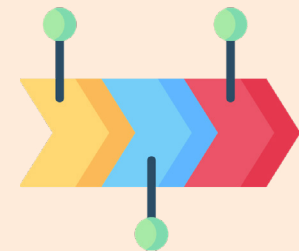
Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk om de lezer stap voor stap door een brief te leiden. Dit vermindert de complexiteit van de informatie. Daarnaast benadrukt het de belangrijkste punten. Het stelt de lezer in staat om de boodschap beter te verwerken en de gewenste actie te ondernemen. Bijvoorbeeld: stap 1... klaar? Ga dan naar stap 2.



Mijn actiepunten

55%

Verder



# Actie

## Vraag 5

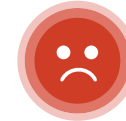
Wordt de brief op het juiste moment verstuurd?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het op het juiste moment versturen van de brief maakt efficiënte planning mogelijk. Dit geldt met name voor situaties waarin de lezer actie moet ondernemen of wanneer er vervolgspraken worden gemaakt op basis van de inhoud van de brief. Tijdige verzending voorkomt onnodige stress. Het geeft zowel de schrijver als de lezer voldoende tijd om zich voor te bereiden en te reageren zonder onder druk te staan.



Mijn actiepunten

66%

Verder [>](#)



# Actie

## Vraag 6

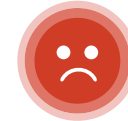
Is het aantal acties beperkt zodat de lezer niet overvraagd wordt?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Met een beperkt aantal acties richt de lezer zijn aandacht op de meest belangrijke taken. Het helpt bij het bereiken van de gewenste resultaten. Ook blijft de boodschap helder en begrijpelijk voor de lezer. Te veel informatie kan overweldigend zijn voor de lezer. Dit leidt tot verwarring en mogelijk verlies van belangrijke details.



# Actie

## Vraag 7

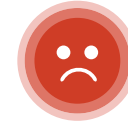
Heeft de lezer voldoende tijd om de acties uit te voeren?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



De tijd die een lezer nodig heeft om de juiste acties te ondernemen hangt af van de opbouw en formulering van de brief. Daarnaast is het belangrijk om een redelijke termijn te geven voor het uitvoeren van de acties. Houd rekening met de complexiteit van de taken en de verwachte responsduur. Het doel is om de lezer voldoende tijd te geven om de acties uit te voeren zonder onnodige vertraging.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Hulp vragen'



Mijn actiepunten

100%

# Hulp vragen

## Vraag 1

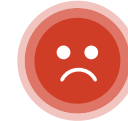
Kan de lezer contact zoeken als er vragen zijn?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



De brief kan moeilijke informatie bevatten of vragen oproepen bij de lezer. Het is daarom belangrijk dat de lezer contact kan zoeken met de schrijver. Door contactinformatie te verstrekken krijgt de lezer de mogelijkheid om verduidelijking te vragen. Dit draagt bij aan servicegerichtheid en het bevorderen van een positieve relatie tussen de schrijver en de lezer.



Mijn actiepunten

20%

Verder [➔](#)

# Hulp vragen

## Vraag 2

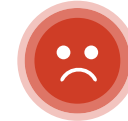
Kloppen de contactgegevens in de brief?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



De contactgegevens in een brief moeten kloppend zijn zodat de lezer weet hoe hij de schrijver kan bereiken. Dit is vooral belangrijk als er vragen zijn over de inhoud van de brief. Het voorkomt frustratie bij de lezer en versoepelt de onderlinge communicatie.



Mijn actiepunten

40%

Verder



# Hulp vragen

## Vraag 3

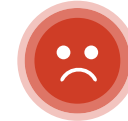
Is er een telefoonnummer (doorkiesnummer) bekend?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het vermelden van een telefoonnummer met doorkiesnummers in een brief biedt de lezer de mogelijkheid om snel en direct de juiste persoon te bereiken.



Mijn actiepunten

60%

Verder



# Hulp vragen

## Vraag 4

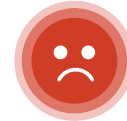
Is het duidelijk wanneer iemand bereikbaar is op het genoemde telefoonnummer?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het is aan te raden een tijdslot aan te geven dat er iemand bereikbaar is op het nummer. Het vermelden van bereikbaarheidstijden in de brief draagt bij aan soepele en doeltreffende communicatie. Het verbetert de ervaring van de lezer, voorkomt frustraties en onderstreept de professionaliteit van de schrijver.



Mijn actiepunten

80%

Verder [>](#)

# Hulp vragen

## Vraag 5

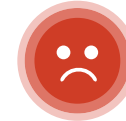
Is het duidelijk waar de lezer meer informatie kan vinden?  
(Filmpjes, websites, FAQ)?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Soms kunnen niet alle details in een brief worden opgenomen zonder de lengte te vergroten. Vermeld waar de lezer meer informatie kan vinden. Door te verwijzen naar externe bronnen, zoals FAQ's of specifieke webpagina's, kan de lezer meer informatie krijgen als dat nodig is. Hierdoor blijft de kernboodschap beknopt en blijft de brief overzichtelijk en leesbaar.

Door specifieke verwijzingen op te nemen, zoals URL's, maak je het gemakkelijk voor de lezer om direct naar de benodigde informatie te gaan zonder te hoeven zoeken. Het vermelden van de vindplek voor meer informatie vergroot de bruikbaarheid van de brief.



Terug naar  
overzicht



Verder naar  
'Test'



Mijn actiepunten

100%

# Test

## Vraag 1

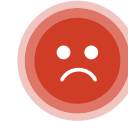
Heb je de brief getest bij de doelgroep?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Door brieven te testen leer je over je eigen aannames en blinde vlekken. Het testen van een brief bij de doelgroep is een belangrijke stap om ervoor te zorgen dat de communicatie effectief, begrijpelijk, relevant en goed afgestemd is op de doelgroep. Het biedt de mogelijkheid om eventuele tekortkomingen of onduidelijkheden aan te pakken voordat de brief wordt verzonden.

- Zo ja, beantwoord de volgende vragen:
- Zo nee, neem een test af waarmee de volgende vragen beantwoord worden:



Mijn actiepunten

12%

Verder [>](#)



# Test

## Vraag 2

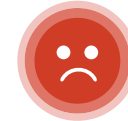
Sluit de brief aan bij de lezer en zijn omstandigheden?



Ja



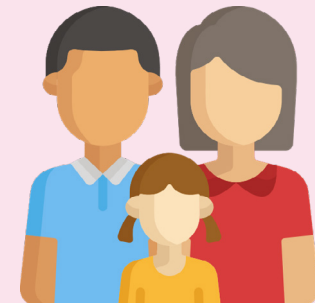
Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk dat de brief aansluit bij de lezer en zijn omstandigheden om de relevantie, begrijpelijkheid, empathie en effectiviteit van de communicatie te vergroten. Het draagt bij aan een positieve en succesvolle uitwisseling van informatie.



Mijn actiepunten

24%

Verder



# Test

## Vraag 3

Begrijpt de lezer de kern van de boodschap?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk dat de lezer de kern van de boodschap begrijpt om effectieve communicatie te waarborgen, gewenste acties uit te lokken, misverstanden te voorkomen en de betrokkenheid te vergroten. Het draagt bij aan de algemene doeltreffendheid van de brief.



# Test

## Vraag 4

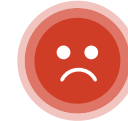
Weet de lezer welke acties ondernomen moeten worden en in welke volgorde?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het moet voor de lezer duidelijk zijn welke acties ondernomen moeten worden en in welke volgorde. Het vergemakkelijkt de communicatie, vermindert verwarring en bevordert de gewenste respons.



# Test

## Vraag 5

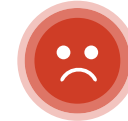
Ondersteunt de lay-out de boodschap van de brief?



Ja



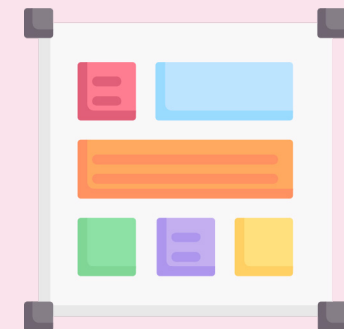
Gedeeltelijk



Nee



De lay-out kan de boodschap ondersteunen, de leesbaarheid verbeteren en een professionele uitstraling bieden. Een rustige uitstraling vergroot de leesbaarheid.



# Test

## Vraag 6

Sluiten de gebruikte beelden aan bij de lezer?



Ja



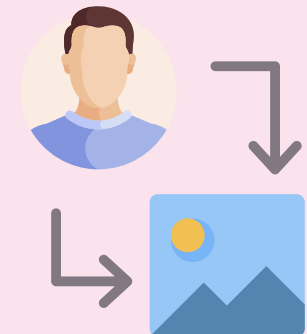
Gedeeltelijk



Nee



Het is belangrijk om beelden zorgvuldig te kiezen en ervoor te zorgen dat ze relevant zijn voor de boodschap en de lezer. Overmatig gebruik van irrelevante beelden kan afleidend zijn en afbreuk doen aan het doel van de brief.



# Test

## Vraag 7

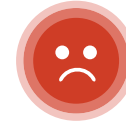
Weet de lezer waar hij hulp kan krijgen?



Ja



Gedeeltelijk

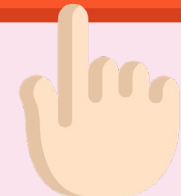


Nee



Het informeren van de lezer over waar hij hulp kan krijgen, draagt bij aan een doelgerichte, zorgzame en effectieve communicatie. Het is een belangrijk aspect van klantenservice, zorgverlening of algemene ondersteuning in verschillende contexten.

HELP



# Test

## Vraag 8

Klopt het gewenste taalniveau?



Ja



Gedeeltelijk



Nee



Het aanpassen van het taalniveau aan de lezer is een belangrijke stap om ervoor te zorgen dat de communicatie effectief, respectvol en begrijpelijk is. Het draagt bij aan een positieve ervaring van de lezer en verhoogt de kans op een succesvolle interactie.



# Actiepunten

Vink hier je verbeterpunten aan

<b>Lezer</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Bekende lezer</li><li><input type="radio"/> Kenmerken lezer</li><li><input type="radio"/> Taalniveau lezer</li><li><input type="radio"/> Passend taalniveau</li><li><input type="radio"/> Begrip situatie</li></ul>	<b>Taalgebruik</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Consequent woordgebruik</li><li><input type="radio"/> Korte woorden</li><li><input type="radio"/> Hoogfrequente woorden</li><li><input type="radio"/> Hoogvoorstelbare woorden</li><li><input type="radio"/> Korte zinnen</li><li><input type="radio"/> Onnodige herhalingen</li><li><input type="radio"/> Begrip nieuwkomers</li><li><input type="radio"/> Begrijpelijke bijlage</li><li><input type="radio"/> Begrippenlijst</li><li><input type="radio"/> Achterkant brief</li></ul>	<b>Boodschap</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Duidelijke kern</li><li><input type="radio"/> Aantal beperken</li><li><input type="radio"/> Onderwerp en inhoud</li></ul> <b>Doel</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Besluit</li><li><input type="radio"/> Actie uitvoeren</li><li><input type="radio"/> Toelichting geven</li></ul>	<b>Opbouw</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Boodschap bovenaan</li><li><input type="radio"/> Reden boodschap</li><li><input type="radio"/> Logische volgorde</li><li><input type="radio"/> Praktische informatie</li><li><input type="radio"/> Samenvatting</li><li><input type="radio"/> Informatie in bijlage</li></ul> <b>Lay-out</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Rustige uitstraling</li><li><input type="radio"/> Vetgedrukte termen</li><li><input type="radio"/> Kader</li><li><input type="radio"/> Lettertype en grootte</li><li><input type="radio"/> Paginanummering</li><li><input type="radio"/> Kleur en kaders actie</li></ul>	<b>Beeldmateriaal</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Foto's en picto's</li><li><input type="radio"/> Professioneel</li><li><input type="radio"/> Ondersteuning stappen</li></ul> <b>Actie</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Duidelijk beschreven</li><li><input type="radio"/> Hoe uit te voeren</li><li><input type="radio"/> Kort en bondig</li><li><input type="radio"/> Stapsgewijs weergeven</li><li><input type="radio"/> Timing</li><li><input type="radio"/> Aantal acties</li><li><input type="radio"/> Voldoende tijd</li></ul>	<b>Hulp vragen</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Contactmogelijkheden</li><li><input type="radio"/> Contactgegevens</li><li><input type="radio"/> Telefoonnummer</li><li><input type="radio"/> Bereikbaarheid</li><li><input type="radio"/> Meer informatie</li></ul> <b>Test</b> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Doelgroep</li><li><input type="radio"/> Omstandigheden</li><li><input type="radio"/> Kernboodschap</li><li><input type="radio"/> Acties en volgorde</li><li><input type="radio"/> Lay-out</li><li><input type="radio"/> Beelden</li><li><input type="radio"/> Hulp</li><li><input type="radio"/> Taalniveau</li></ul>
--	--	--	---	--	---



## Deze Schrijfwijzer is mogelijk gemaakt door:

Zuyd  
Hogeschool **ZU  
YD**

**SAXION**  
HOGESCHOOL

hogeschool **W**  
**Windesheim**

**Koraal**






ijsseldal   
**wonen**

Gemeente Almere



# Contact

Wil je meer weten over dit project of heb je nog vragen?  
Neem dan gerust contact op.

-  Ruth Dalemans (ruth.dalemans@zuyd.nl)
-  Steffy Stans (steffy.stans@zuyd.nl)
-  Jeanet van de Korput (j.vande.korput@windesheim.nl)
-  Vivienne Wolterink (v.s.wolterink@saxion.nl)
-  Lalash Tahir (l.tahir@windesheim.nl)
-  Ellen Oosterkamp-Szwajcer (e.m.oosterkamp@saxion.nl)

