



# Twintig tips voor een heldere taal en heldere teksten

HOU JE TAAL  
**Heerlijk  
Helder**



HOU JE TAAL

# Heerlijk Helder

Deze brochure wil je helpen om je taal heerlijk helder te houden. Heerlijk helder communiceren is niet alleen een zaak van communicatiespecialisten en -diensten. Het is iets waar je als medewerker van een organisatie elke dag werk van kunt maken.

# Je investering loont

Als je heerlijk helder wilt zijn, kost dat tijd en energie en soms ook veel moeite, maar je investering loont. Niet alleen voor je doelgroep, maar ook voor jezelf en je organisatie.

Hieronder vind je tips over **vier belangrijke aspecten** van de communicatie:



1

## DOELGROEP

Het loont om vanaf het begin heel goed rekening te houden met je doelgroep.



3

## FORMULERING

Het loont om je boodschap zo helder mogelijk te formuleren.



2

## STRUCTUUR

Het loont om veel aandacht te besteden aan de structuur van je boodschap.



4

## TOETSING

Het loont om de kwaliteit van je boodschap zorgvuldig te toetsen voordat je ze verspreidt of publiceert.

De tips zijn vooral nuttig als je teksten schrijft, maar ze kunnen je ook helpen als je langere mondelinge boodschappen voorbereidt, bijvoorbeeld mondelinge presentaties.

1



1

# Doelgroep

HET LOONT OM VANAF HET BEGIN HEEL GOED REKENING TE HOUDEN MET JE DOELGROEP.

- Je kunt dan beter beoordelen of je een boodschap het best mondeling of schriftelijk kunt communiceren.
- Je kunt beter beoordelen of de vorm van een tekst geschikt is voor het doel van de communicatie, bijvoorbeeld een brief of een e-mail, een brochure of een folder, een webpagina of een folder.
- Lezers en toehoorders zullen sneller weten wat ze willen weten of moeten weten.
- Lezers en toehoorders zullen zich meer door je boodschappen aangesproken voelen.
- Lezers en toehoorders zullen zich respectvoller behandeld voelen, ook als het om slecht of minder aangenaam nieuws gaat.
- Lezers zullen gemakkelijker kunnen bepalen of ze je teksten willen of moeten lezen.
- Lezers zullen sneller weten wat ze met je teksten kunnen doen.

Plaats na het nuttigen van uw koffie het bevuilde omhulsel op de daarvoor voorziene schoonmaakplaats.

Of zet gewoon je lege koffiekop in de afwasmachine.

## 1. Focus op wat je lezers of toehoorders willen weten of moeten weten.

Probeer altijd zo goed mogelijk in te schatten wat je lezers of toehoorders nog niet weten. Overschat de doelgroep niet. Stel alle vragen die mensen uit de doelgroep ook kunnen stellen: wie, wat, waarom, waarvoor, hoe, wanneer?

Bepaal de gemeenschappelijke kenmerken van je doelgroep als de tekst of de boodschap voor veel mensen bestemd is. Hebben ze bijvoorbeeld hetzelfde opleidingsniveau, dezelfde leeftijd of dezelfde taalkennis?

## 2. Bepaal zorgvuldig wat je kernboodschap is.

Maak voor jezelf duidelijk wat je van je lezers of toehoorders verwacht. Bepaal wat je hoofddoel is: informeren, instructie geven, overtuigen, motiveren of emotioneel beïnvloeden. Bepaal welke informatie je in je boodschap nodig hebt om je hoofddoel te bereiken.

Beperk het aantal kernboodschappen als je meer dan één kernboodschap hebt. Begin met de kernboodschap die de grootste impact op de doelgroep heeft.

Als je foto's of ander beeldmateriaal gebruikt, kies dan beeldmateriaal dat je kernboodschap op een juiste en aantrekkelijke manier uitdrukt of ondersteunt.



### 3. Spreek je lezer of toehoorder aan waar dat kan.

Verwijs rechtstreeks naar je lezer of toehoorder met *u*, of met *je* in informelere situaties. Spreek de lezer rechtstreeks aan in bijvoorbeeld brieven, e-mails, folders en brochures.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Elke inwoner moet zijn of haar nieuwe adres meteen doorgeven als hij of zij naar een andere straat in zijn of haar gemeente gaat verhuizen.	<b>Verhuist u naar een andere straat in uw eigen gemeente? Geef uw nieuwe adres dan meteen door.</b>
Extra exemplaren van de speeldoos kunnen telefonisch besteld worden.	<b>Voor extra exemplaren van de speeldoos kun je bellen naar 02 345 67 89.</b>

Vertaal de informatie naar de concrete situatie van de lezer of toehoorder. Gebruik bij zelfstandige naamwoorden geen meervoudsvormen als je met een enkelvoudsvorm naar de situatie van de lezer of toehoorder kunt verwijzen.

LIEVER NIET	MAAR WEL
De premies voor elektrische auto's kunnen vanaf heden aangevraagd worden via de loketten van de buitendiensten.	<b>U kunt de premie voor een elektrische auto aanvragen aan het loket in uw provincie. De contactgegevens staan hieronder.</b>
Voor het aanvragen van de subsidies is het invullen van het bijgaande formulier noodzakelijk.	<b>Om de subsidie aan te vragen, vult u het bijgaande formulier in.</b>

Gebruik bij instructies zo veel mogelijk de bevelende vorm.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Men dient voor elke factuur de factuurdatum te controleren.	<b>Controleer voor elke factuur de factuurdatum.</b>

### 4. Respecteer je lezer of toehoorder door de juiste toon te kiezen.

Kies een toon die past bij de situatie. Ga daarvoor na hoe je zelf op de boodschap zou reageren. Plaats je niet boven je doelgroep door een gewichtige of bedreigende toon, bijvoorbeeld door ambtelijke, juridische of technische vaktaal of door citaten uit de regelgeving.

LIEVER NIET	MAAR WEL
De incidentiecijfers voor influenza fluctueren sterk op jaarbasis.	<b>Het aantal mensen dat griep krijgt, kan van jaar tot jaar sterk verschillen.</b>
Conform artikel 5 van het decreet van 21 november 2008 betreffende de ondersteuning van de circuskunsten in Vlaanderen komt u niet in aanmerking voor subsidiëring.	<b>U komt niet in aanmerking voor subsidiëring omdat uw maatschappelijke zetel niet gevestigd is in het Nederlandse taalgebied of in het tweetalige gebied Brussel-Hoofdstad.</b>

Vermijd ook een te familiale toon, bijvoorbeeld door een aanspreking met de voornaam of door de *je*-vorm in een situatie waarin de mensen uit de doelgroep een zekere afstand verwachten. Wees consequent in je keuzes zodat de hele boodschap dezelfde toon heeft.



## 2

# Structuur

HET LOONT OM VEEL  
AANDACHT TE BESTEDEN  
AAN DE STRUCTUUR  
VAN JE BOODSCHAP.

- Lezers en toehoorders hebben dan vlugger een algemeen beeld van je boodschappen.
- Lezers worden meer uitgenodigd om je teksten te lezen.
- Lezers vinden gemakkelijker hun weg in je teksten als ze iets specifiek zoeken.

## 1. Orden de informatie in duidelijke deelonderwerpen.

Zet bij elkaar wat bij elkaar hoort. Groepeer de stukken informatie in duidelijke deelonderwerpen. Laat die deelonderwerpen goed aansluiten bij je kernboodschap.

Plaats de onderdelen in een volgorde die aansluit bij het doel van de boodschap, bijvoorbeeld van belangrijk naar minder belangrijk, van algemeen naar specifiek, of in een chronologische volgorde bij instructies.

## 2. Geef een tekst en de verschillende rubrieken ervan een duidelijke titel.

Geef met de titel precies aan wat je kernboodschap is of wat het hoofddoel van een tekst of rubriek is. Schrap overbodige woorden zodat de titel kort blijft.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Rapport over de stages	<b>Evaluatie van de bedrijfsstages in de periode 2010-2017</b>
Enquêteresultaten	<b>Resultaten van de enquête over de personeelstevredenheid</b>
Vraagformulier	<b>Aanvraag van een tegemoetkoming in de kosten van woon-werkverkeer</b>
Samen op weg naar een betere regelgeving voor de kinderbijslag	<b>De nieuwe kinderbijslag</b>

Mocht u zich plotsklaps in een niet-controleerbare situatie bevinden, toets dan het alom bekende noodnummer in op de dichtstbijzijnde telefoon.

Of bel gewoon 112 in geval van nood.

Mijd vage en nietszeggende titels, bijvoorbeeld in de onderwerpregel van e-mails.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Vraagje	<b>Vraag over de kwaliteit van uw laatste levering</b>
Annulering	<b>Annulering van uw bestelling nr. 25541</b>

### 3. Maak de structuur van een tekst zichtbaar.

Geef bij een langere tekst elk deelonderwerp een rubrieknummer (1, 1.1, 1.2, 2 ...) en een herkenbare rubriektitel, zodat het verband met de kernboodschap duidelijk is.

BIJVOORBEELD
1. Registratie
2. Bestelling
3. Betaling
4. Levering
5. Meer informatie

Begin een langere tekst met een inhoudsopgave of met een korte inleiding, waarin je het doel en de structuur van de tekst toelicht.

Gebruik tussenkopjes als je daarmee de structuur van een korte tekst of een rubriek verder kunt verhelderen.

BIJVOORBEELD		
• Doel	• Voordelen	• Praktisch
• Voorwaarden	• Nadelen	• Meer informatie
• Procedure		• Contact

Gebruik eventueel tussenkopjes in de vorm van vragen die de mensen uit de doelgroep kunnen stellen.

BIJVOORBEELD
Kan ik in het tweede semester nog inschrijven? Ik ben mijn studentenkaart kwijt. Hoe kom ik aan een nieuwe? Hoe krijg ik mijn examenresultaten?

Gebruik een opsomming als je de informatie daarmee overzichtelijk onder elkaar kunt zetten. Gebruik een tabel of een grafiek als je de informatie daarmee toegankelijk kunt maken.

Markeer belangrijke kernwoorden of woordgroepen eventueel met vet, maar overdrijf niet met markerings in de tekst.

### 6. Deel een tekst in duidelijke alinea's in.

Begin een nieuwe alinea bij een nieuw deel of nieuw aspect van de informatie. Splits lange alinea's op in kortere zodat ze uitnodigen tot lezen.

Maak de alinea's ook niet te kort. Wees zuinig met alinea's die maar uit één of twee zinnen bestaan.

### 7. Verwijs door maar hou het overzichtelijk.

Leg in mails en webteksten links naar relevante informatie op andere webpagina's. Beperk je tot links die voor de lezer een duidelijke meerwaarde hebben.

Maak de formulering van de links betekenisvol.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Meer informatie vindt u <a href="#">hier</a> .	<b>Meer informatie vindt u in de procedure voor buitenlandse studenten.</b>

Geef websites een eenvoudige navigatiestructuur. Hou het aantal informatieniveaus beperkt zodat bezoekers zo weinig mogelijk moeten doorklikken naar onderliggende webpagina's om de informatie te vinden die ze zoeken.



3

# Formulering

HET LOONT OM JE  
BOODSCHAP ZO HELDER  
MOGELIJK TE FORMULEREN.

- Lezers en toehoorders begrijpen dan meteen wat je geschreven of gezegd hebt.
- Lezers en toehoorders zullen minder snel afhaken.
- Lezers kunnen gewoon doorlezen.

## 1. Gebruik gewonemensentaal.

Gebruik zo veel mogelijk de taal die je ook in alledaagse spreesituaties gebruikt. Mijd formele en zwaarwichtige woorden.

LIEVER NIET	MAAR WEL
bij dezen	<b>hierbij</b>
derhalve	<b>dus</b>
dienen te	<b>moeten, verplicht zijn</b>
eveneens	<b>ook</b>
gelieve	<b>wilt u, kunt u</b>
indien, ingeval, mits	<b>als</b>
inzake	<b>over</b>
met het oog op	<b>voor</b>
reeds	<b>al</b>
te allen tijde	<b>op elk moment, altijd</b>
tevens	<b>ook, bovendien</b>
trachten	<b>proberen</b>
vermits	<b>omdat, want</b>
verzoeken	<b>vragen</b>
werkzaam zijn te, woonachtig zijn te	<b>werken in, wonen in</b>

Conserveer uw  
voedingsmiddelen  
zoals u dat  
eveneens in uw  
eigen woonst  
zou doen.

Of hou de koelkast  
gewoon netjes.



Mijd moeilijke woorden en vaktermen. Gebruik een vakterm alleen als de boodschap zonder de vakterm vaag of omslachtig zou worden. Leg een vakterm uit als er mensen in de doelgroep zijn die er niet mee vertrouwd zijn.

Wees zuinig met leenwoorden waarvoor er een gewoon Nederlands woord met dezelfde betekenis en gevoelswaarde bestaat.

LIEVER NIET	MAAR WEL
desiderata	<b>wensen</b>
implementeren	<b>invoeren, uitvoeren</b>
meeting	<b>vergadering, bijeenkomst, overleg</b>
policy	<b>politiek, beleid, aanpak</b>
vigeren	<b>gelden, van kracht zijn</b>

Bij een doelgroep met veel anderstaligen kunnen leenwoorden die in veel vreemde talen voorkomen, duidelijker zijn dan het Nederlandse woord, bijvoorbeeld *infectie* in plaats van *besmetting*, *conclusie* in plaats van *besluit*.

## 2. Gebruik afkortingen alleen als die echt nodig zijn.

Schrijf redactionele afkortingen (bijvoorbeeld *d.w.z.*, *i.p.v.*, *o.a.*) zo veel mogelijk voluit.

Introduceer afkortingen samen met de benaming voluit, tenzij het om algemeen bekende afkortingen gaat.

### BIJVOORBEELD

De Coördinatiecommissie Integraal Waterbeleid (CIW) organiseert het overleg over het integraal waterbeleid. De CIW is samengesteld uit vertegenwoordigers van de beleidsdomeinen van de Vlaamse overheid die bij het waterbeleid betrokken zijn.

## 3. Formuleer de informatie zo dat je die meteen kunt begrijpen en gemakkelijk kunt onthouden.

Formuleer de boodschap zo concreet mogelijk. Maak duidelijk welke personen en instanties belangrijk zijn in je boodschap en wat ze precies doen. Vermijd vage woorden en formuleringen. Vermijd formuleringen die een negatieve boodschap verbloemen.

LIEVER NIET	MAAR WEL
De aangifte moet gebeurd zijn vóór 15 maart van het productiejaar dat aan het aangiftejaar voorafgaat.	<b>U kunt de aangifte voor het productiejaar 2017 uiterlijk op 14 maart 2018 indienen.</b>
Er wordt gewerkt aan een nieuwe regeling voor de subsidie van dakisolatie.	<b>De minister van Energie werkt aan nieuwe regels voor de subsidie van dakisolatie. Die worden begin 2019 van kracht.</b>
U krijgt daarover binnenkort een brief van uw ziekenfonds.	<b>U krijgt daarover begin november een brief van uw ziekenfonds.</b>
De personeelsbezetting wordt verder gerationaliseerd.	<b>We moeten dit jaar nog tien personeelsleden laten afvloeien.</b>

Maak het de lezer of toehoorder gemakkelijk door positief te formuleren. Vermijd formuleringen met veel negaties.

LIEVER NIET	MAAR WEL
De aanvragen ingediend na het einde van het jaar zullen pas na 21 maart behandeld worden.	<b>Als u uw aanvraag uiterlijk op 31 december indient, zullen we die vóór 21 maart behandelen.</b>
Het is niet helemaal denkbeeldig dat vastgoed de komende tijd niet in waarde zal stijgen.	<b>Vastgoed zou de komende tijd in waarde kunnen dalen.</b>

Gebruik consequent hetzelfde woord als je hetzelfde bedoelt; synoniemen kunnen verwarrend zijn.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Bij <u>loonsverhoging</u> vermeldt u ook uw <u>jaarsalaris</u> van het voorgaande jaar. We hebben uw <u>bezoldigingsgegevens</u> nodig om uw dossier verder af te handelen.	<b>Bij loonsverhoging vermeldt u ook uw jaarloon van het voorgaande jaar. We hebben uw loongegevens nodig om uw dossier verder af te handelen.</b>

#### 4. Laat weg wat overbodig is en maak korter wat korter kan.

Maak omslachtige formuleringen korter door overbodige woorden te schrappen.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Mogen we u eraan herinneren dat het erg belangrijk is dat u dit aanvraagformulier binnen een periode van een maand na ontvangst ervan volledig ingevuld terugstuurt.	<b>Stuur deze aanvraag uiterlijk een maand na ontvangst terug.</b>
Deze premie geldt voor landbouwbedrijven, gelegen in het Vlaamse Gewest.	<b>Deze premie geldt voor landbouwbedrijven in het Vlaamse Gewest.</b>

Maak lange, complexe zinnen eenvoudiger door er woorden in te schrappen of door ze op te knippen tot kortere zinnen.

LIEVER NIET	MAAR WEL
Door de late start van het project en de strakke deadlines zijn we er niet in geslaagd om de resultaten van de tussentijdse tests met die van het proefproject te vergelijken.	<b>We konden de resultaten van de tussentijdse tests niet vergelijken met die van het proefproject. Dat komt door de late start van het project en de strakke deadlines.</b>
Organisaties die conform de voorwaarden in aanmerking komen voor financiële ondersteuning, kunnen de subsidies online aanvragen tot eind dit jaar.	<b>Voldoet uw organisatie aan de subsidievoorwaarden? Dan kunt u de subsidie nog tot eind 2018 online aanvragen.</b>

Breng woorden die bijeen horen, dichter bij elkaar als ze ver uit elkaar staan.

LIEVER NIET	MAAR WEL
U <u>mag</u> voor de berekening van uw premie alleen de facturen die minder dan één jaar oud zijn en die door een aannemer zijn uitgeschreven, <u>meetellen</u> .	<b>Bereken de premie aan de hand van uw facturen. Tel alleen de facturen mee die minder dan één jaar oud zijn en door een aannemer zijn uitgeschreven.</b>
We hebben deskundigen gezocht <u>die</u> volgende maand een online-enquête met vijftig vragen over het vakgebied en de popularisering ervan <u>willen beantwoorden</u> .	<b>We hebben deskundigen gezocht die hun oordeel willen geven over het vakgebied en de popularisering ervan. Zij beantwoorden volgende maand een online-enquête met vijftig vragen.</b>

Conform  
artikel 2  
betreffende de  
hygiëne van de  
leefomgeving  
dient u uw  
handen te  
reinigen na elk  
toiletbezoek.

Of was  
gewoon  
je handen.



HOU JE TAAL  
**Heerlijk  
Helder**

Check al je communicatie op

HEERLIJK**HELDER**ETAAL.BE



## 4

# Toetsing

HET LOONT OM DE KWALITEIT VAN JE BOODSCHAP ZORGVULDIG TE TOETSEN VOORDAT JE ZE VERSPREIDT OF PUBLICEERT.

- Je loopt dan minder risico dat je tekst niet gelezen wordt of online niet gevonden wordt, of dat je boodschap niet gehoord wordt.
- Je loopt minder risico dat je tekst of boodschap verkeerd begrepen wordt.
- Je moet achteraf minder tijd en middelen investeren om vragen, reacties en klachten te behandelen.
- Je draagt met heerlijk heldere boodschappen bij aan de klanttevredenheid en het imago van je organisatie.

## 1. Geef jezelf en je collega's voldoende tijd om aan een tekst te werken.

Een goede tekst komt er meestal pas na verschillende versies. Schrijf en herschrijf dus. Dat geldt ook voor de voorbereiding van langere mondelinge boodschappen, bijvoorbeeld als je een powerpoint maakt voor een mondelinge presentatie.

## 2. Laat een tekst een paar uur, een nachtje of zelfs enkele dagen liggen.

Bekijk de tekst na enige tijd opnieuw met frisse ogen. Lees hem hardop en plaats je in de positie van de lezer. Schrap woorden, zinnen en alinea's die niet nodig zijn. En herschrijf.

## 3. Werk voor belangrijke teksten met een lees- of gebruikerspanel.

Laat het succes van een tekst met een grote of bijzondere doelgroep niet aan het toeval over. Toets je tekst door hem voor te leggen aan lezers uit de doelgroep in een lees- of gebruikerspanel. Herschrijf de tekst op basis van de opmerkingen en suggesties van de lezers.

We zouden u kunnen  
verzoeken ons datgene mee te  
delen waarmee u normaliter  
aangesproken wordt.

Of we kunnen  
ook gewoon uw  
naam vragen.



#### 4. Werk de tekst zorgvuldig af.

Lees de tekst grondig na op spelfouten, taalfouten en andere slordigheden, zodat de lezer niet van de boodschap afgeleid wordt. Zorg voor een aangename en leesbare opmaak van de tekst.

*Kijk voor meer informatie over spelling en correct taalgebruik op [www.taaltelefoon.be](http://www.taaltelefoon.be).*

#### 5. Controleer of je tekst voldoet aan de richtlijnen van het merkbeleid en de huisstijl van je organisatie.

Controleer of je tekst voldoet aan de richtlijnen en goede praktijken die voor je organisatie gelden.

*Kijk voor meer informatie over het merkbeleid en de huisstijl van de Vlaamse overheid op [www.ditisvlaanderen.be/nl/huisstijl](http://www.ditisvlaanderen.be/nl/huisstijl).*

#### 6. Controleer of je tekst voldoet aan de richtlijnen voor een gebruiksvriendelijke digitale dienstverlening.

Controleer of je tekst voldoet aan de richtlijnen en goede praktijken die voor digitale dienstverlening gelden.

*Kijk voor meer informatie over de richtlijnen voor digitale dienstverlening bij de Vlaamse overheid op [overheid.vlaanderen.be/gebruiksvriendelijke-digitale-dienstverlening](http://overheid.vlaanderen.be/gebruiksvriendelijke-digitale-dienstverlening) en [overheid.vlaanderen.be/aan-welke-toegankelijkheidscriteria-moet-je-website-voldoen](http://overheid.vlaanderen.be/aan-welke-toegankelijkheidscriteria-moet-je-website-voldoen).*

#### 7. Bewaak de kwaliteit van de teksten die online staan.

Controleer regelmatig of alle teksten die je online hebt staan, nog relevant en actueel zijn. Hou daarbij rekening met de feedback die je in je organisatie krijgt via vragen, reacties en klachten van lezers en gebruikers. Werk de teksten bij waar dat nodig is. Verwijder de teksten die niet meer relevant zijn voor je doelgroep.

# Checklists voor teksten

Met de volgende checklists kun je nagaan in welke mate een tekst heerlijk helder is. Je vindt hier een checklist voor als je een tekst schrijft, en een checklist voor als je een tekst van anderen beoordeelt.

## 1. Checklist voor schrijvers

Met de onderstaande checklist kun je inschatten in welke mate de tekst die je geschreven hebt, heerlijk helder is. Hoe meer hokjes je kunt aanvinken, hoe groter de kans is dat je tekst heerlijk helder zal zijn voor de lezers.

### 1. BOODSCHAP

- Ik focus op wat de lezer wil weten of moet weten.
- Ik focus op wat de lezer met de tekst kan doen.
- Ik heb een duidelijke kernboodschap.
- Ik spreek de lezer rechtstreeks aan waar dat kan.
- Ik respecteer de lezer door een toon die past bij de situatie.

### 2. STRUCTUUR

- De tekst heeft een duidelijke titel.
- De tekst is in duidelijke deelonderwerpen ingedeeld door rubriektitels.
- De structuur van de tekst is zichtbaar, bijvoorbeeld door tussenkopjes en opsommingen.
- De tekst is overzichtelijk in alinea's ingedeeld.
- De tekst heeft een duidelijke plaats in het geheel van de informatie, bijvoorbeeld op een website.
- De tekst bevat relevante links naar andere informatie.

### 3. FORMULERING

- De tekst bevat geen formele en zwaarwichtige woorden.
- De tekst bevat weinig moeilijke woorden en legt de moeilijke woorden uit.
- Er staan weinig of geen afkortingen in de tekst.
- Er staat uitleg bij de afkortingen die niet algemeen bekend zijn.
- De zinnen en de alinea's zijn niet te lang.
- De zinnen zijn eenvoudig geformuleerd.

### 4. TOETSING

- Ik heb voldoende tijd vrijgemaakt voor de tekst.
- Ik heb de kwaliteit van de tekst getoetst door die voor te leggen aan collega's.
- Ik heb de kwaliteit van belangrijke teksten getoetst door die voor te leggen aan de doelgroep in een lees- of gebruikerspanel.
- Ik heb de tekst zorgvuldig afgewerkt door de spelfouten, taalfouten en andere slordigheden eruit te halen.
- De tekst heeft een aangename en leesbare opmaak.
- De opmaak van de tekst en het beeldmateriaal voldoen aan de richtlijnen van het merkbeleid en de huisstijl van mijn organisatie.
- De website waarop de tekst staat, voldoet aan de richtlijnen voor een gebruiksvriendelijke digitale dienstverlening.

## 2. Checklist voor lezers

Met de onderstaande checklist kun je nagaan of je een tekst heerlijk helder vindt. Hoe meer hokjes je aanvinkt, hoe groter de kans is dat de tekst voor jou heerlijk helder is. Als dat niet zo is, kun je met deze checklist nagaan hoe het komt dat de tekst niet heerlijk helder is.

### 1. BOODSCHAP

- Ik kan gemakkelijk bepalen of ik de tekst wil lezen of moet lezen.
- Ik weet snel wat ik wil weten of moet weten.
- Ik weet snel wat ik met de tekst kan doen.
- Ik kan de kernboodschap van de tekst snel vinden.
- Ik word in de tekst rechtstreeks aangesproken.
- Ik vind dat de toon van de tekst past bij de situatie.
- Ik kan gewoon doorlezen zonder te haperen.
- Ik begrijp meteen wat ik lees.
- Ik kan de belangrijkste elementen van de informatie goed onthouden.

### 2. STRUCTUUR

- De tekst heeft een duidelijke titel.
- De tekst is in duidelijke deelonderwerpen ingedeeld door rubriektitels.
- De structuur van de tekst is zichtbaar, bijvoorbeeld door tussenkopjes en opsommingen.
- De tekst is overzichtelijk in alinea's ingedeeld.
- Ik kan de tekst goed plaatsen in het geheel van de informatie, bijvoorbeeld op een website.
- Ik word goed doorverwezen naar andere informatie, bijvoorbeeld door links in een e-mail of een webtekst.

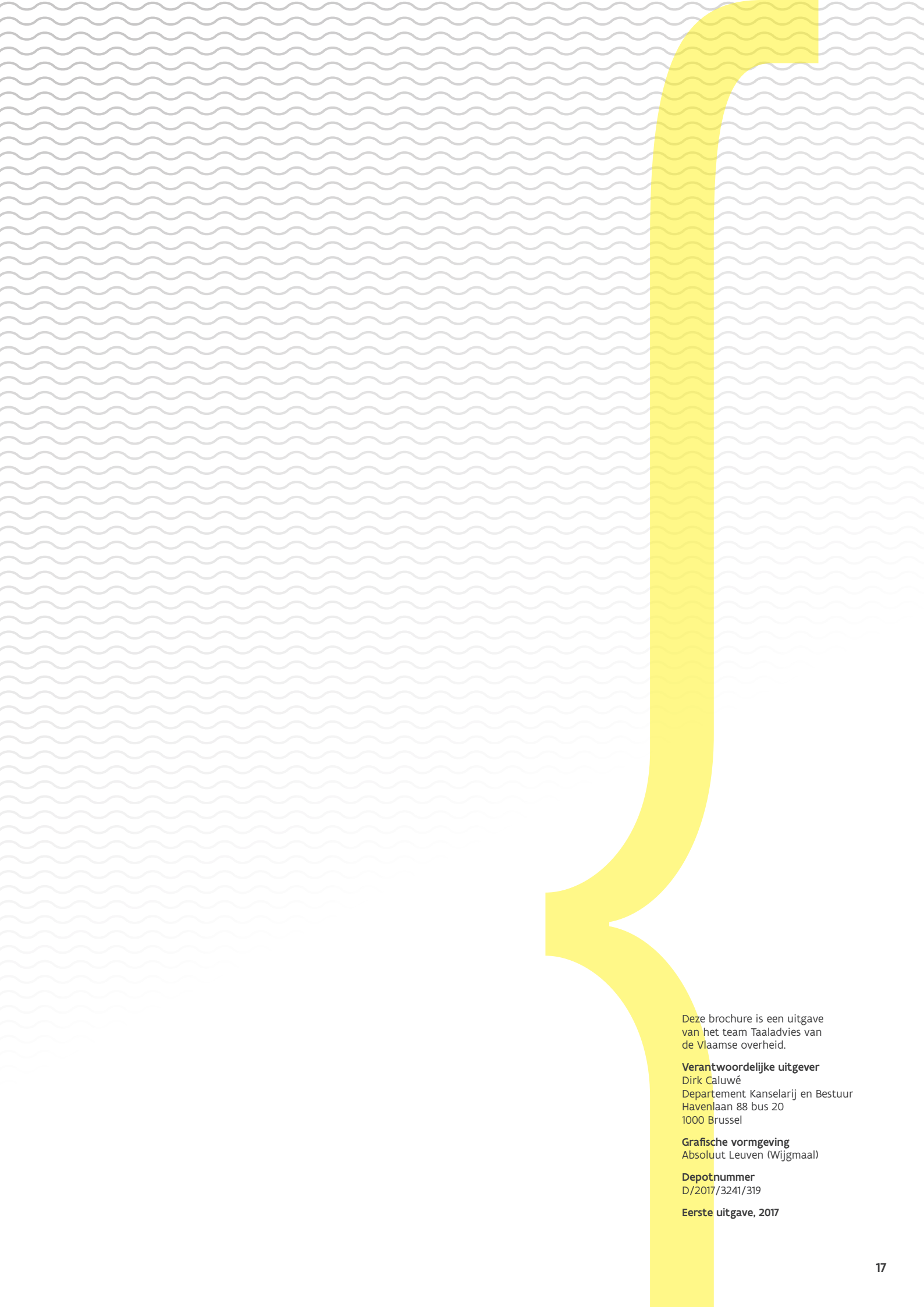
### 3. FORMULERING

- De tekst bevat geen formele en zwaarwichtige woorden.
- De tekst bevat weinig moeilijke woorden en legt de moeilijke woorden uit.
- Er staan weinig of geen afkortingen in de tekst.
- Er staat uitleg bij de afkortingen die ik niet ken.
- De zinnen en de alinea's zijn niet te lang.
- De zinnen zijn eenvoudig geformuleerd.

### 4. AFWERKING

- De tekst bevat geen spelfouten, taalfouten en andere slordigheden.
- De tekst heeft een aangename en leesbare opmaak.





Deze brochure is een uitgave van het team Taaladvies van de Vlaamse overheid.

**Verantwoordelijke uitgever**

Dirk Caluwé  
Departement Kanselarij en Bestuur  
Havenlaan 88 bus 20  
1000 Brussel

**Grafische vormgeving**  
Absoluut Leuven (Wijgmaal)

**Depotnummer**  
D/2017/3241/319

**Eerste uitgave, 2017**

## Taaltelefoon.be

Heerlijk helder, maar ook helemaal juist:  
antwoord op je vragen over spelling, correct  
woordgebruik, grammatica, conventies.



**Vlaamse  
overheid**