

WHITEPAPER B1-SCHRIJVEN

In simpele stappen naar klare taal



Introductie

'Doe mij maar onbegrijpelijk en wollig.' Heb je dat ooit iemand horen zeggen over een tekst? Nee, wij ook niet. Inclusief communiceren staat over het algemeen hoog op de agenda. Toch lukt het organisaties niet altijd om toegankelijke taal door te voeren. Wat voor de één begrijpelijk is, is voor de ander namelijk moeilijk. Bij TextVast krijgen we daarom steeds vaker de vraag: kunnen jullie onze tekst B1 maken?

Natuurlijk kunnen wij dat. Maar misschien wil je het zélf doen. Als je dit leest, gaan we ervan uit dat je meer wil leren over B1-schrijven. Door deze praktische gids word je in korte tijd een stuk wijzer. We geven 'voor-en-na'-voorbeelden van onze klanten, praktische tips en nog veel meer waardevols. Zo kun je morgen zelf aan de slag!

Over TextVast

TextVast is een tekst- en communicatiebureau in Helmond. We zijn sterk in het schrijven voor allerlei doelgroepen. Want een achtergrondartikel voor een bedrijfsmagazine ziet er toch echt anders uit dan een column voor mantelzorgers! We schrijven niet alleen, we herschrijven en corrigeren ook. En we verzorgen complete eindproducten: van een website tot een communicatieplan of een magazine. Op pagina 11 lees je meer over ons.

Inhoudsopgave

02

[Wat is B1-schrijven precies](#)

03

[Praktijkvoorbeelden](#)

07

[8 tips](#)

11

[Meer weten over B1-schrijven?](#)



Wat is B1-schrijven precies?

Eenvoudig Nederlands. Heel simpel gezegd is dát B1. De zinnen zijn kort, de woorden eenvoudig en er zit geen vaktaal in.

Ongeveer 80 procent van de Nederlanders begrijpt teksten die B1 geschreven zijn: de overgrote meerderheid dus. Dit betekent dat de teksten niet alleen te begrijpen zijn voor hoogopgeleiden.

Wat zijn de verschillende taalniveaus?

Er zijn zes taalniveaus. Van A1 (het eenvoudigste) tot C2 (het moeilijkste).

De indeling van taalniveaus is bedacht door de Raad van Europa in 2001. Ze kwamen toen met het Europees referentiekader: een richtlijn om te bepalen wat het taalniveau van iemand is. Je kunt dus zeggen: 'Pietje heeft taalniveau B1.' Maar een taalniveau zegt ook iets over een tekst. Dan zeg je: 'Deze tekst heeft taalniveau B1.'

Met online tools kun je testen welk niveau je teksten nu hebben. Wil je voor vakgenoten schrijven? Dan is alles uitleggen in Jip-en-Janneketaal niet nodig. Heb je juist een breed publiek? Kies dan voor B1. Zo verklein je het risico dat lezers afhaken, omdat ze je tekst niet begrijpen.

Waarom is het moeilijk om makkelijk te schrijven?

Moeilijke woorden worden vaak gebruikt om interessant of intelligent over te komen, maar je doet juist het tegenovergestelde. Dat blijkt uit onderzoek. Op veel opleidingen (zoals Geneeskunde en Rechten) leren we ook om heel ingewikkeld te schrijven. Als je daarna met collega's werkt die óók zo schrijven, wordt het knap lastig om uit het niets op B1-niveau verder te gaan.

Daarnaast hebben veel schrijvers de 'uitlegziekte'. Ze schetsen de complete achtergrond van een probleem en delen alle details. Zo laten ze zien dat ze er zelf veel vanaf weten. Maar vaak is die informatie helemaal niet relevant voor de doelgroep. Je lezer denkt: wat heb ik hieraan? Hierdoor verdwaalt je doelgroep in een oerwoud van informatie.

Praktijkvoorbeelden: deze organisaties gingen je voor

Praktijkcase 1: B1-schrijven in de zorgsector

Steeds meer zorgorganisaties schrijven en communiceren op B1-niveau. Logisch: iedereen in Nederland kan in een zorginstelling of ziekenhuis terecht komen. De doelgroep is dus breed en B1-schrijven past daar perfect bij.

Bij zorgorganisaties komen mensen die het spannend vinden wat er gaat gebeuren. Zij hebben binnenkort misschien wel een operatie, onderzoek of controle. De informatie die ze krijgen, dient dan als houvast.

Maar: artsen hebben van oudsher de neiging om met vaktermen te strooien. Daardoor weten patiënten niet altijd wat er precies aan de hand is, wat er gaat gebeuren en wat er van hen verwacht wordt. Raakt de doelgroep verstrikt in moeilijke woorden? Dan kan er zelfs paniek ontstaan.

Door op B1-niveau te schrijven, zorg je dat je patiënten de informatie wél begrijpen. Wij verzorgden bijvoorbeeld voor Anna Zorggroep allerlei B1-teksten. We stelden specialisten voor, tekenden een bevallingservaring op en herschreven informatiemappen.

“

Lonneke Hoop, strategisch adviseur marketingcommunicatie, vertelt daarover:

'Wij wilden graag de website- en folderteksten herschrijven, zodat álle patiënten van het Anna de teksten snappen. Dat houdt B1-niveau in. TextVast heeft al ervaring met het schrijven van B1-verhalen, waardoor deze teksten voor hen een koud kunstje waren. Het ging snel en soepel. Met hier en daar wat bijsturing leverden de tekstschrijvers precies wat we zochten.'

Lees de hele klantcase [hier](#).



Schrijven is schrappen

B1-schrijven is soms ook een kwestie van kill your darlings. Heb je net een mooie alinea geschreven, moet je de helft schrappen. Leuk is anders, maar vaak is het wél nodig. Dat dat niet altijd makkelijk is, wist de Franse filosoof Blaise Pascal al. Hij schreef: 'Ik schrijf je een lange brief, want ik heb geen tijd voor een korte.'

Praktijkcase 2: B1-schrijven voor maatschappelijke organisaties en overheden

Ook overheidsinstanties en maatschappelijke organisaties bedienen een grote groep mensen. Zij maken hun boodschappen helder en eenvoudig te begrijpen door te schrijven op B1-niveau. Op die manier snappen mensen met allerlei verschillende achtergronden en taalvaardigheden hun communicatie.

Zo maken wij al jaren voor woningbouwcorporatie Volksbelang in Helmond het huurdersmagazine De Volksmond. Met leuke invalshoeken en laagdrempelige artikelen in klare taal betrekken we de huurders bij beleidsbeslissingen en procedures en informeren we ze over hun rechten met betrekking tot hun woonsituatie en leefomgeving.



Djaydee Kraus, tekstschrijver bij TextVast, vertelt daarover:

'Het is elke editie weer een leuke klus om ingewikkelde onderwerpen helder te verpakken. Je wil natuurlijk dat elke huurder de artikelen begrijpt. Denk aan het renoveren van woningen om duurzaamheidsdoelstellingen te behalen. Dat levert de huurder overlast op, dus het is belangrijk dat zij goed begrijpen waarom renoveren nou eigenlijk écht nodig is. Woorden als energietransitie en CO2-voetafdruk zijn dan echt een no go. Soms vind ik geen B1-alternatief voor een moeilijk woord. Dan leg ik het woord uit ('De energietransitie betekent ...').'

Rechter schrijft brief aan kind

Wat als je als kinderrechter een uitspraak doet die flinke gevolgen heeft voor een kind? Deze rechter koos ervoor om een brief te schrijven naar het kind, waarin ze uitleg geeft over haar beslissing. Je leest de brief [hier](#).

Praktijkcase 3: B1 voor medewerkers

Visueel arbeidscontract

De tijd dat arbeidsovereenkomsten onleesbare juridische contracten waren, is in steeds meer organisaties en bedrijven voorbij. Logisch, want medewerkers weten vaak helemaal niet wat ze lezen en wat er van hen verwacht wordt. Wie een aantrekkelijke, toegankelijke en inclusieve werkgever wil zijn, kiest voor eenvoudig taalgebruik. Of zelfs voor een visueel arbeidscontract. Die maken wij regelmatig voor klanten. Door het gebruik van visuele elementen zoals afbeeldingen, grafieken en pictogrammen kunnen belangrijke punten en voorwaarden visueel worden weergegeven. De werknemer begrijpt de essentiële informatie dan veel sneller.

Begrijpelijk personeelshandboek

En wat dacht je van een personeelshandboek? Zelden wordt dat van A tot Z gelezen. De reden is dat deze documenten vooral aanleiding zijn tot gapen, omdat ze in taaie juridische taal zijn geschreven. Wij herschreven onlangs het personeelshandboek voor de medewerkers van Springplank040 in Eindhoven, die dak- en thuislozen begeleiden. Eveline Wauters (directeur Strategie bij Springplank040) is blij dat er nu begrijpelijke taal in het personeelshandboek staat. 'Fijn dat medewerkers snel begrijpen waar ze precies recht op hebben.'

“

Anne van den Berg, tekstschrijver bij TextVast, vertelt daarover:

'Een visueel arbeidscontract maken is geen een-tweetje. Wij pakken dat altijd grondig en doordacht aan. Je wil enerzijds natuurlijk een compact document dat alleen de kernpunten benoemt, maar zo'n contract moet óók juridisch waterdicht zijn. Daarom werken wij altijd samen met een arbeidsrechtadvocaat.'



Benieuwd hoe we dat herschrijven aanpakken?

Een voorbeeld van de originele tekst uit de cao Sociaal Werk:

A. De volgende volledige kalenderdagen worden aangemerkt als feestdagen: Nieuwjaarsdag, tweede paasdag, Koningsdag, 5 mei, Hemelvaartsdag, tweede pinksterdag, eerste en tweede kerstdag.

Voor elke feestdag die valt op een maandag tot en met vrijdag krijgt de werknemer met een voltijd dienstverband 7,2 uur feestdagverlof toegekend. Voor de werknemer met een deeltijd dienstverband wordt het feestdagverlof naar rato vastgesteld.

De werknemer heeft de mogelijkheid om één feestdag om te wisselen voor een niet-wettelijke feestdag, bijvoorbeeld vanuit een andere culturele of religieuze achtergrond. Voor deze omgewisselde feestdag gelden de zelfde bepalingen als de feestdagen zoals genoemd onder A en zoals bedoeld in de cao.

B. In overleg met de OR of PVT kan de werkgever de mogelijkheid bieden een lokale feestdag, een feestdag ter viering van een niet-christelijke feest- of gedenkdag toe te voegen, dan wel een van de aangemerkte feestdagen om te ruilen.

En dit hebben wij ervan gemaakt



Wat voor de ene medewerker als feestdag voelt, is voor de ander gewoon een (werk)dag. Volgens de cao zijn dit de dagen waarop je niet hoeft te werken:

- Nieuwjaarsdag
- *Tweede paasdag*
- Koningsdag
- Bevrijdingsdag
- *Hemelvaartsdag*
- *Tweede pinksterdag*
- *Eerste en tweede kerstdag*

💡 Let op

Als je op de schuingedrukte dagen wil werken, dan mag dat! Vier je bijvoorbeeld het Suikerfeest in plaats van tweede paasdag? Dan kun je deze dag wisselen. Je werkt dan wel op tweede paasdag en niet tijdens het Suikerfeest. Je moet dit wel eerst met je leidinggevende overleggen.

8 tips: zo wordt jouw tekst toegankelijker



Tip 1: Visualiseer je doelgroep

Een goede BI-tekst schrijven, dat kost tijd. Voordat je ook maar één woord op papier zet, moet je eerst nadenken voor wie jij je tekst schrijft. Probeer je doelgroep te vertalen naar één persoon. Schrijf je bijvoorbeeld voor oudere buurtbewoners? Maak dan in je hoofd een beeld van Henk, 75 jaar oud. Bedenk wat Henk belangrijk vindt, waar Henk zich druk om maakt en hoe je Henk gerust kunt stellen.

Wedden dat je met andere voorbeelden en ander taalgebruik komt, dan wanneer jij je richt op een 16-jarige buurtbewoner uit je wijk? Dan heb je Evy voor ogen, die hele andere belangen heeft dan Henk. Een tekst schrijven die aansluit bij je doelgroep, begint bij het begrijpen van die doelgroep.



Tip 2: Begin met het belangrijkste onderwerp

Ken je dat: dat je een brief van een instantie vier keer leest voordat je nou eigenlijk begrijpt wat er staat? Bekijk [deze video](#) maar eens over een echtpaar dat denkt de jackpot te hebben gewonnen, maar bij nader inzien bedrogen uitkomt.

Begin je tekst altijd met de belangrijkste boodschap. Om je bericht begrijpelijk te maken, geef je ook antwoord op de volgende vragen:

1. Wie?
2. Wat?
3. Waar?
4. Wanneer?
5. Waarom?
6. Hoe?

Nog een tip: maak de kern van een zin **dikgedrukt**. Ook tussenkopjes en opsommingen helpen je lezer de boodschap te begrijpen. Net als herhaling: vat de boodschap samen of zeg het nog eens op een andere manier (bijvoorbeeld met een ander voorbeeld).



Tip 3: Kies de juiste woorden

Als je strooit met deftige en ingewikkelde woorden, dan kom je nog niet slimmer over. Veel mensen denken dat, maar dat blijkt niet zo te zijn. Lees [dit artikel](#) van Frankwatching daarover maar eens.

Als jij een ingewikkelde boodschap helder en eenvoudig kan overbrengen, dán ben je pas echt slim, toch?

Welke woorden zijn wel B1?

Check de website www.ishetb1.nl. Voer het woord in waar je over twijfelt, en je krijgt meteen antwoord. Is het geen B1? Dan krijg je alternatieven.

Als stelregel kun je ook aanhouden:

- Meer dan drie lettergrepen? Weg ermee!
- Geen vakjargon/vaktaal. Binnen elke beroepsgroep zijn er woorden die collega's heel goed begrijpen, maar de rest van de wereld niet...
- Vermijd beeldend taalgebruik. Als je erop let, dan wemelt het van de beeldspraak in onze taal. Van 'de appel valt niet ver van de boom' tot 'meeliften' of 'je opgeven voor'. Denk je maar eens in dat je als vluchteling naar Nederland komt en al die beeldspraak leest: logisch dat een tekst dan lastig te lezen is, toch?



Tip 4: Maak je zinnen niet te lang

Omdat steeds meer scholieren op onze school last hebben van gehoorschade, hebben wij een plan ontwikkeld – samen met scholieren – om ervoor te zorgen dat zij minder blootgesteld worden aan harde geluiden én zichzelf beter beschermen.

Oeps, deze zin bevat 35 woorden. Een goede B1-zin heeft ongeveer de helft van dat aantal woorden. Kortere zinnen schrijven maakt je tekst leesbaar. Per (korte) zin verwerk je namelijk maar één boodschap. In langere zinnen kan je meerdere boodschappen kwijt, maar dat maakt een tekst onduidelijker en moeilijker.

Knip je zin op

Meestal kun je lange zinnen gewoon opknippen in meerdere zinnen. Zoals bij dit voorbeeld:

Steeds meer scholieren hebben last van hun gehoor. Dat moet toch anders kunnen? Daarom hebben wij samen met jongeren een plan gemaakt. We zorgen ervoor dat onze scholieren minder vaak harde geluiden horen. En we leggen uit hoe ze zichzelf kunnen beschermen.

Of kies voor een opsomming

Wij hebben een plan gemaakt met onze scholieren. Zo willen we zorgen dat jongeren minder vaak problemen hebben met hun oren. We willen schade voorkomen. Dit doen we door:

- te zorgen voor minder luide geluiden op school, tijdens schoolfeesten etc.
- onze scholieren meer informatie hierover te geven
- ze te helpen om gehoorschade te voorkomen (bijvoorbeeld met oordopjes)



Tip 5: Gebruik een ander woord dan niet

Als je wil dat je lezers iets wél doen, benadruk dan liever niet wat je lezer niét moet doen. Uit onderzoek blijkt dat onze hersenen moeite hebben met het woordje niet. Je kent vast dit voorbeeld wel:

Denk nu **NIET** aan een roze olifant.

Wedden dat je dus juist wel aan een roze olifant dacht? Als je iets wil bereiken van je doelgroep, dan benoem je het gewenste gedrag. Zeker bij lezers die het al lastig vinden om je tekst te begrijpen, is dat heel belangrijk.

Dus niet: Laat alsjeblieft niet je kliko in de voortuin staan

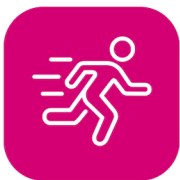
Maar: Zet je kliko op donderdagavond aan de straat en neem de kliko vrijdagavond weer mee naar je achtertuin.



Tip 6: Goede tussenkopjes

Van een grote lap tekst wordt niemand blij. Het kan demotiverend werken (moet ik dat echt allemaal lezen?) en het kan het moeilijker maken om de juiste informatie te filteren. Daarom zijn tussenkopjes zo belangrijk. Kies niet zomaar voor een woord, maar voor een tussenkopje (het liefst een kleine zin) dat de lezer laat weten wat 'ie kan verwachten van een stuk tekst. Bijvoorbeeld:

1. BI gaat verder dan tekst
2. Handige websites
3. Meer weten
4. Over TextVast



Tip 7: Formuleer actief

Sommige mensen zijn er meester in: hulpwerkwoorden in hun zinnen verwerken. Zij 'zullen' naar een feest komen. Ze 'hebben' de wet eens goed bestudeerd.

Wat zijn passieve zinnen?

Ze schrijven zo 'draken van zinnen' die beter bekend staan onder de naam: inactieve zinnen, passieve zinnen of de lijdende vorm. Zinnen die:

- lang zijn
- moeilijk te begrijpen zijn

Schrijf actief

Het tegenovergestelde van deze draken van zinnen: actieve zinnen. Zonder hulpwerkwoorden. Je schrijft dus niet: de hond werd uitgelaten door Henk. Maar wel: Henk laat de hond uit.

Hoe vaak gebruik jij hulpwerkwoorden?

Zoek in Word eenvoudig hulpwerkwoorden op! Voer in de zoekbalk (of via control + F) onderstaande hulpwerkwoorden in. Dan zie je meteen of je vaak passief schrijft.

Zijn, hebben, worden, kunnen, zullen, proberen

Video over actief schrijven

Op zoek naar een goed uitleg-filmpje over actief schrijven? Bekijk bijvoorbeeld eens [deze video!](#)



Tip 8: Gebruik moderne woorden

En dan bedoelen we niet dat je allerlei 'coole' woorden in je tekst moet verwerken. Maar de echte ouderwetse schrijftaal? Die mag weg. Dat zijn de woorden die je eigenlijk ook nooit zou uitspreken. Ze bestaan alleen nog op papier. Hieronder zie je een aantal van die woorden die je maar beter niet kunt gebruiken in BI-teksten.

Aangezien, alsmede, berichten, betreffende, bij dezen, conform, dienen, eerdergenoemde, inzake, medio oktober, met betrekking tot, omtrent, ondergetekende, retourneren, te allen tijde, ten aanzien van, ten behoeve van, ter hand stellen, tevens, vernemen, verzoeken, voldoen, welke, wijze, zorgdragen

Wil je meer weten over B1-schrijven?

Denk je na het lezen van deze whitepaper: hier wil ik meer over weten? Volg dan eens een schrijftraining via TextVast. We bieden die in company aan. Want eenvoudig schrijven leer je vooral door het veel te doen! Heb je de tijd daarvoor niet (of heb jij andere talenten)? Dan schrijven wij je B1-teksten graag voor je.

Neem contact met ons op.

Over TextVast

TextVast is een tekst- en communicatiebureau in Helmond. Wij schrijven allerlei soorten teksten. Voordat we tikken, zoomen we altijd eerst goed in op de doelgroep. Het resultaat zijn rake teksten waar je echt iets aan hebt. Maar we doen meer dan dat. Zo organiseren we ook events en staan we voor deze C's:



Copy

Ben je op zoek naar teksten die aankomen én blijven hangen? Wij schrijven teksten die jou opleveren waar je naar op zoek bent: meer klanten, enthousiaste reacties, meer betrokkenheid. You name it.



Coaching

Lukt het de afdeling HR maar niet om die leuke vacaturetekst te schrijven? Of kunnen jouw teksten een bulldozer of rode peper gebruiken? We helpen je graag tijdens een op maat gemaakte schrijfworkshop. Of kies voor een eigen magazine maken met je team!



Coördinatie

Sommige schrijfprojecten eisen enorm veel regelwerk. Tijd die jij liever besteedt aan andere zaken. Wij schakelen al jaren moeiteloos met fotografen, vormgevers, videografen, drukkerijen, vertalers en andere communicatieprofessionals.

Communicatie

'We moeten iets met communicatie...'. Als die uitspraak valt, zit je misschien met een groot vraagteken. Want, wát dan? Daar denken wij met je over na. Wat is je doel? Je doelgroep? Je boodschap? We vertalen jouw wensen naar een praktisch communicatieadvies waar jij meteen mee aan de slag kunt.



Check

Komt het einde van een schrijfproject in zicht, maar mis je de puntjes op de i? Dan is eindredactie nodig. Met een frisse blik en een scherpe pen maken wij je tekst nog nét wat sterker. Natuurlijk vissen we ook de spel- en stijlfouten eruit. Check, check, dubbelcheck!