



# Schrijven voor Zorgbalans

Een handleiding voor eigentijdse lezersgerichte teksten in Zorgbalans huisstijl

# Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	1
1 Inleiding.....	2
2 Zorgbalans huisstijl.....	3
3 Lezersgericht en doelgericht schrijven.....	7
4 Opbouw van een tekst.....	9
5 Eigentijdse taal.....	11
Bijlage: voor ieder formeel woord is een alternatief .....	14

# 1 Inleiding

Binnen Zorgbalans wordt veel geschreven: voor medewerkers, voor cliënten, voor vrijwilligers en voor externe relaties als gemeenten, huisartsen en ziekenhuizen. Maar hoe krijg je duidelijk en prettig leesbaar op papier wat je wilt overbrengen? Hoe zorg je ervoor dat de ontvanger van jouw brief, email of memo gaat doen wat jij wilt? En hoe laat je Zorgbalans in jouw tekst zien als professionele organisatie met een herkenbare stijl?

Om iedereen die namens Zorgbalans schrijft te helpen om de boodschap goed op papier of in de mail te verwoorden, heeft Communicatie deze handleiding en bijbehorende schrijfworkshop ontwikkeld. In deze handleiding staan de richtlijnen voor schrijfwijze, taalgebruik en opmaak van documenten van Zorgbalans. Hiermee kunnen we er samen voor zorgen dat onze brieven, emails, informatiefolders, beleidsstukken, memo's, e.d. eigentijds en lezersgericht zijn in een herkenbare Zorgbalans huisstijl.

Een prettige leesbare, duidelijke tekst schrijven is niet makkelijk. Zeker als je dat niet dagelijks doet. Maar net zo als met veel dingen: oefening baart kunst. Als je de basis eenmaal beheerst, schrijft, herschrijft en kritisch naar teksten kijkt, dan zul je merken dat het steeds beter gaat.

De collega's van de afdeling Communicatie adviseren over de inzet van het meest geschikte communicatiemiddel voor jouw boodschap. Zij doen ook de eindredactie van teksten die bestemd zijn voor grote groepen medewerkers of cliënten, zoals: mailings, nieuwsartikelen, advertentieteksten, brochureteksten en webteksten. Je hoeft dus niet alles te kunnen na het lezen van deze handleiding.

Veel succes en schrijfplezier!

Namens de afdeling Communicatie:  
**E** [communicatie@zorgbalans.nl](mailto:communicatie@zorgbalans.nl)  
**T** 023 - 89 18 409

**Romy Doornhouwer**, all round medewerker Communicatie  
**Judith Touw**, hoofd Communicatie

## 2 Zorgbalans huisstijl

Zorgbalans heeft sinds 2011 een nieuwe huisstijl voor de vormgeving van alle communicatiemiddelen zoals: brochures, interne nieuwsbrieven, website en advertenties. Deze huisstijl wordt stapsgewijs doorgevoerd, zodat al onze uitingen herkenbaar zijn door kleur, logo en vorm.

In september 2012 is ook de huisstijl voor de schrijfwijze van Zorgbalans vastgesteld voor de schriftelijke communicatie met onze medewerkers, cliënten en andere externe relaties. Hiermee zorgen we voor een lijn in de toon en schrijfwijze van al onze uitingen: op papier en digitaal. Belangrijk, omdat we als organisatie herkenbaar willen zijn in de communicatie-uitingen die medebepalend zijn voor ons imago.

In dit hoofdstuk staan de richtlijnen voor alle schriftelijke interne en externe zakelijke communicatie van Zorgbalans, zoals: brieven, emails, memo's, rapporten en brochures.

### Zorgbalans schrijfstijl

In onze schrijfstijl sluiten we aan op de kernwaarden en beloftes uit het Zorgbalans Huis (strategisch kader). Daarnaast zijn wij eigentijds, vriendelijk en lezersgericht.

- Kernwaarden: zelfstandig, verantwoordelijk, open, vertrouwen, respect.
- Beloftes aan de cliënt: 'altijd ja; samen naar oplossingen', 'voor iedereen', 'verschil mag er zijn', 'u kunt op ons rekenen' en 'persoonlijke relatie'.

### Wij schrijven lezersgericht

- Houd rekening met de kenmerken van de lezers. De taal en informatie bijvoorbeeld naar vrijwilligers met een gemiddelde leeftijd van 67, is anders dan als je schrijft voor een groep nieuw geworven verpleegkundigen.
- Schrijf vanuit een professionele zorginstelling maar wel begrijpelijk, vriendelijk en eigentijds. Gebruik zo min mogelijk jargon, afkortingen, onnodig moeilijke woorden of ingewikkelde zinnen.
- Beschrijf wat het concreet betekent voor de lezer ('what's in for me'): minder formulieren, sneller antwoord, lagere kosten, meer zorguren, minder verschillende verzorgers in huis, etc.
- Houd goed in het oog wat relevant is voor de (externe) lezer: onze interne organisatie en financieringsstructuur is vaak niet van belang voor de lezer. Het gebruik van namen van organisatieonderdelen kan zelfs verwarrend zijn voor onze cliënten. Voor hen zijn bijvoorbeeld de naam en contactgegevens van de EVB van belang.

### Wij zijn respectvol en gericht op een persoonlijke relatie

- Wij communiceren als (zorg)professionals, maar niet uit de hoogte. Dat betekent dat wij de cliënt zoveel mogelijk rechtstreeks aanspreken met 'u'.
- In de keuze voor 'u' en 'jij' is de relatie met de lezer het uitgangspunt. In principe 'u' voor algemeen extern. En 'jij' voor medewerkers en potentiële medewerkers. In juridische documenten (intern en extern) altijd 'u'.

## Wij schrijven duidelijk en open

- Houd het kort maar krachtig. 'Knip' lange zinnen in tweeën of drieën.
- Gebruik een actieve schrijfstijl. Schrijf: 'A verzorgt B' en niet 'B wordt door A verzorgd'.
- Vermijd ouderwets, formeel taalgebruik. Schrijf: 'als' in plaats van 'indien' en 'gebruiken' in plaats van 'aanwenden' (zie ook pagina 10 en de woordenlijst in de Bijlage).
- Verwijs alleen naar personen of gebeurtenissen die algemeen bekend zijn.
- Probeer een mix van taalgebruik te voorkomen, zoals het afwisselen van spreektaal met vaktermen en Engelse termen.

## Vaste schrijfwijzen

Om voor eenduidigheid te zorgen in de schrijfwijze van functienamen, afdelingen en termen, hierbij de vaste schrijfwijzen voor een aantal veelgebruikte woorden en aanduidingen.

- In functienamen is de functietitel met een kleine letter en het vakgebied met een hoofdletter:  
*senior teammanager Zorg*  
*manager Facilitair*  
*directeur Thuiszorg*  
*directeur Intramuraal*  
*programmamanager Welzijn*
- De naam van een afdeling of organisatieonderdeel of locatie is altijd met een hoofdletter:  
*Facilitair Bedrijf*  
*Vastgoed*  
*Thuiszorg*  
*De Moerberg*

Als het over onze dienstverlening gaat, zijn de diensten weer met kleine letters: facilitair, vastgoed en thuiszorg. Net als beroepsgroepen: verpleegkundigen, verzorgenden.

- Schrijfwijze van telefoonnummers en internetadressen:  
**T** 023 - 89 123 45 of **T** 023 - 8 918 918 (dus met streepje en cijfers in blokjes verdelen)  
**M** 06 123 456 78 (mag ook zonder streepje, cijfers in blokjes verdelen)  
**I** [www.zorgbalans.nl](http://www.zorgbalans.nl)  
**E** [info@zorgbalans.nl](mailto:info@zorgbalans.nl)
- 'telefoonnummer' of 'telefoon' in een zin met kleine letters en uitschrijven
- 'email' met kleine letter, zonder streepje (is eigentijds)
- maanden met een kleine letter: mei, juni, juli, augustus
- datum met de maand in letters: 15 juli 2012
- getallen tot en met tien schrijf je in woorden: zeven. Boven de tien in cijfers: 500
- procenten altijd in getallen: 10%
- tijden in getallen met 'uur' erachter: 9:30 uur of 9.30 uur
- 'u' in een zin met een kleine letter
- 'u heeft' en 'u hebt' mag beide. Zorg in één tekst wel voor eenduidigheid.
- aanhalingstekens: dubbel "... " voor wat mensen zeggen. Enkel '...' Voor termen, gedachten en een citaat binnen een citaat
- een punt achter een internetadres als het aan het einde van de zin staat:  
[www.zorgbalans.nl](http://www.zorgbalans.nl).
- Leg afkortingen eerst uit voordat je ze gebruikt: de Inspectie voor de Gezondheidszorg (IGZ). Volgens de IGZ....

## Zorgbalans opmaakstijl en algemene richtlijnen

### Naam Zorgbalans en logo

- Breek het woord 'Zorgbalans' nooit af zodat het op twee regels komt te staan.
- Gebruik het nieuwe logo waarin alleen de 'Z' van Zorgbalans met een hoofdletter is. Vraag het logo op bij Communicatie of haal het van GO! On-Line (staat onder: Processen - Communicatie - Huisstijl).
- Help ons de oude logo's te vervangen. Je zult het oude logo (met grote 'B' in het midden) nog veel tegenkomen op locatieborden en insteekmappen. Als materiaal vervangen wordt, gebruiken we altijd het nieuwe logo en de nieuwe huisstijl (zonder losse blokjes).

### Zorgbalans opmaakstijl

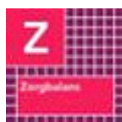
- Het standaard lettertype is in veel documenten arial 10 pt. Als het mogelijk is, gebruik dan liever arial 11 pt. Dat is door de grootte beter en prettiger leesbaar. Uitzondering: 12 pt voor slechtziende cliëntgroepen en 10 pt voor tabellen.
- Opmaak van een rapport of beleidsstuk: zoals deze schrijfwijzer. Titel vet in roze 28 pt en ondertitel vet in zwart 20 pt, hoofdstuktitels vet in roze 20 pt, tussenkoppen vet in grijs 12 pt, paragraaftitels vet in zwart 11pt. Print en kopieer voor intern gebruik zoveel mogelijk in zwart-wit; kleurenprints en kopieën zijn namelijk twee keer zo duur.
- Huisstijlkeuren. Basiskleuren: roze, zwart en grijs. Steunkleuren: taupe, blauw (specifiek Thuiszorg), paars (specifiek Intramuraal).
- Powerpointpresentatie: gebruik het format in de nieuwe huisstijl van GO! On-line (onder: Processen - Communicatie - Huisstijl).
- Opmaak van cliëntbrochures en advertenties loopt via Communicatie. Daarom hier geen vermelding van de richtlijnen.

### Opsommingen

- Na het opsommingsteken (punt of streepje) begin je met een kleine letter als de opsomming bestaat uit enkele of een paar woorden. Alleen de laatste regel van de opsomming eindigt dan met een punt.
- Als de opsomming bestaat uit zinnen, dan begin je met een hoofdletter en eindig je iedere zin met een punt.

### Email

- Maak met hulp van de ICT Helpdesk of een ervaren collega een standaardhandtekening in de Zorgbalans huisstijl.



**Zorgbalans** | Voornaam Achternaam | functie  
Aanwezig ma, di, do, vr, za, zo  
E [voorletter.achternaam@zorgbalans.nl](mailto:voorletter.achternaam@zorgbalans.nl) | [mailboxteam@zorgbalans.nl](mailto:mailboxteam@zorgbalans.nl)  
T 023 - 89 111 22 | M 06 11 222 333  
A Straatnaam/Postbus xxx | xxxx AB | Plaats | [www.zorgbalans.nl](http://www.zorgbalans.nl)

- Kun je langer dan een werkdag je mail niet beantwoorden? Schakel dan de afwezigheidsassistent in. Zet in de tekst wanneer lezer antwoord kan verwachten en wie jou vervangt met zijn/haar contactgegevens.

## Brieven en emails

- Zorg dat er altijd contactgegevens in staan. Naar wie kan de ontvanger bellen, schrijven of mailen als hij meer wil weten?
- Houd de tekst zakelijk, vriendelijk en professioneel, ook in de opmaak. Maak voor brieven gebruik van het format in word. Wees zuinig met vette letters, onderstrepingen en uitroeptekens.
- Gebruik kopjes in langere brieven en emails om de onderwerpen aan te kondigen. Zo ziet de lezer in een oogopslag welke informatie waar staat.
- Kies één centrale boodschap (waar gaat het over?) en leg deze duidelijk uit.
- Geef aan waarom de lezer deze brief of email ontvangt. Moet hij/zij actie ondernemen of is het ter informatie?

## 3 Lezersgericht en doelgericht schrijven

Ook bij teksten geldt dat een goede voorbereiding het halve werk is. Bedenk vooraf voor wie je schrijft en wat je ermee wilt bereiken. In dit hoofdstuk de stappen om daarbij te volgen.

Wil je iets schrijven voor een grote groep medewerkers of cliënten? Bijvoorbeeld voor alle intramurale medewerkers, alle facilitaire medewerkers of alle cliënten in de gemeente Velsen? Schakel dan altijd Communicatie in voor advies en hulp. Zij kunnen samen met jou het meest geschikte communicatiemiddel bepalen en helpen met de (eind)redactie en vormgeving. De Thuiszorg Buurteams maken gebruik van een Toolkit Communicatie en vragen communicatiemiddelen en -advies via het Buurt Ondersteunend Bureau (BOB).

### Lezersgericht schrijven

#### Voor wie schrijf je?

Allereerst bedenk je voor wie jouw tekst bedoeld is: de doelgroep. De relatie met hen bepaalt of je hen met 'je/jullie' of 'u' aanspreekt in je tekst.

#### Wat is de taal van de doelgroep?

Probeer je te verplaatsen in je doelgroep. Je wilt hen aanspreken, dus gebruik taal die bij hen past en termen die zij kennen. Als jouw taalgebruik aansluit bij de doelgroep, zal de tekst met meer aandacht gelezen worden en beter 'blijven hangen'.

#### Wat weet de lezer al over dit onderwerp?

Afhankelijk van het kennisniveau van de doelgroep leid je je onderwerp meer of minder in. En leg je meer of minder uit.

#### Welke woorden zijn hiervoor eerder gebruikt of gebruiken ze zelf?

Als er binnen de organisatie al eerder over dit onderwerp is gesproken of geschreven, gebruik dan dezelfde woorden. Daarmee wordt jouw tekst herkenbaar voor de lezer. Dat kan natuurlijk ook tussen haakjes als de eerder gebruikte termen of woorden niet de taal van de doelgroep blijken te zijn of inmiddels niet meer gebruikt worden.

### Doelgericht schrijven

#### Wat wil je bereiken?

Wat wil je dat de ontvanger doet, weet of denkt na het lezen van de tekst? Dat is het doel van jouw tekst. Hier had ook kunnen staan: 'wat wil je zeggen'. Maar als je zakelijk iets schrijft, is er altijd een doel. Je wilt bijvoorbeeld dat de ontvanger iets gaat doen of iets te weten komt.

#### Bijvoorbeeld:

*Brief over opleidingen -> je wilt dat de lezer een keuze maakt*

*Brochure over thuiszorgteam -> je wilt dat de lezer weet wat de thuiszorg voor hem/haar kan doen en hoe hij/zij jullie kan bereiken.*

*Inhuismap -> je wilt dat de lezer weet wat hij van het woonzorgcentrum aan zorg kan verwachten.*

Heb je moeite om op te schrijven wat je wilt zeggen met je tekst? Gebruik dan de

WIEBI- methode:

**Wat**

**Ik**

**Eigenlijk**

**Bedoel**

**Is**

..... en dat schrijf je op.



## **Hoe wil je overkomen?**

Vriendelijk, duidelijk of enthousiasmerend, professioneel, persoonlijk of een combinatie hiervan? Als je dit bepaalt, kun je makkelijker de juiste woorden en daarmee de toon van jouw stuk kiezen.

### **Kan het korter?**

De kracht van een tekst zit in de bondigheid (korthed). Houdt de tekst daarom kort. Schrijf alleen op wat nodig is om je doel te bereiken. Schrijven = schrappen.

De lengte van jouw stuk hangt natuurlijk ook af van de groep voor wie je schrijft. Als je voor mensen schrijft die gewend zijn lange stukken tekst te lezen (bijvoorbeeld beleidsmedewerkers), dan zal een langere tekst met langere zinnen ook haar doel bereiken. Schrijf je voor mensen die niet gewend zijn veel en lang te lezen voor hun werk (bijvoorbeeld woonzorgmedewerkers), dan bereik je alleen je doel als je het kort houdt.

## **Hoe maak je een tekst beter?**

### **Slaap er een nachtje over**

Bij grote stukken tekst is het aan te raden om er na het schrijven een nachtje over te slapen. De volgende dag kijk je namelijk fris tegen je eigen tekst aan en zie je wat je nog kunt verbeteren. Heb je geen tijd (meer) om de tekst een dag later klaar te hebben? Wacht dan minstens een uur voordat je de tekst herleest, aanpast en verstuurt. Dat verhoogt echt de kwaliteit.

### **Laat iemand anders de tekst lezen**

Laat je tekst eerst kritisch door iemand lezen. Twee zien meer dan één. Het beste is om jouw tekst te testen door iemand uit de doelgroep. Dat doen de collega's van Communicatie bijvoorbeeld met InZ Extra. Daar worden toch altijd weer foutjes en onduidelijkheden door een kritische medewerker uitgehaald.

## 4 Opbouw van een tekst

Hoe verschillend teksten ook zijn (brief, email, rapport), een goede duidelijke tekst heeft altijd een vaste structuur met:

- titel (kop)
- inleiding
- middenstuk
- afsluiting.

Dit hoofdstuk beschrijft de inhoud van deze onderdelen van een goede tekst.

### Wat staat erin?

#### Titel (kop)

De titel of kop geeft aan waar de tekst over gaat. Bij een brief en mailbericht staat de titel in de regel 'onderwerp: .....'.  
.....

Een goede titel is:

- kort
- begrijpelijk
- en sluit aan bij de leesbehoefte van de ontvanger.

#### Bijvoorbeeld:

*Wat moet ik doen?*

*Nieuwe werktijden per januari*

#### Inleiding

De inleiding helpt de lezer jouw tekst beter te begrijpen. Na het lezen van de inleiding weet de lezer waarom hij de tekst krijgt, waar het over gaat en wat hij moet doen. Bij een brief is de eerste alinea de inleiding.

In een goede inleiding staat:

- de aanleiding (waarom ontvangt hij dit)
- waar het over gaat (onderwerp of belangrijkste boodschap)
- wat de ontvanger na het lezen moet doen of weten (doel van de tekst).

Voorbeeld van een inleiding van een brief:

*Onderwerp: aanvraag vergunning muziekfestival*

*Geachte mevrouw Van Zon,*

*Op 12 februari 2012 stuurde u ons een brief. U vraagt hierin of u de gemeenschappelijke ruimte kunt gebruiken voor een familiefeest op woensdag 3 september. Dat is mogelijk tussen 16.00 en 23.00 uur. In deze brief leest u wat wij voor u kunnen regelen en wat u zelf aan voorbereidingen moet treffen.*

#### Middenstuk

In het middenstuk van een tekst staat:

- de achtergrond, uitleg en de hoofdboodschap.

Help de lezer de tekst te begrijpen door een of twee tussenkopjes te gebruiken. Dit geeft overzicht en houvast.

Tip: gebruik tussenkopjes in de vorm van een vraag. Bijvoorbeeld:

*Wat zijn de kosten?*

*Waar vind ik de Servicebalie?*

*Hoe werkt het?*

*Meer weten?*

*Wat kunnen wij regelen?*

*Wat moet u zelf doen?*

### **Afsluiting**

In de afsluiting van een tekst staat:

- vervolg (wat verwacht je van de lezer of wat kan de lezer verwachten)
- vriendelijke afsluiting
- naam en contactgegevens afzender.

In een brief is de afsluiting de laatste alinea. In een rapport kan deze informatie ook aan het eind van de inleiding staan (zoals in deze schrijfwijzer).

## 5 Eigentijdse taal

Dat Zorgbalans een eigentijdse, professionele zorgorganisatie is, willen we ook laten zien in al onze schriftelijke uitingen. Dat kan met actief taalgebruik, begrijpelijke woorden en prettig leesbare zinnen. Zowel op papier als digitaal. Hoe je dat doet, lees je in dit hoofdstuk.

### Actief taalgebruik

#### Schrijf actieve zinnen

Dat betekent: het actieve werkwoord gebruiken in plaats van 'wordt' of 'worden' ervoor. Dan is ook meteen duidelijk in de tekst wie wat doet.

#### Bijvoorbeeld:

Passief: *De documenten moeten worden opgestuurd.*

Actief: *U stuurt de documenten op.  
Wij sturen de documenten op.  
Uw mantelzorger stuurt de documenten op.*

Door een passieve zin om te zetten naar een actieve zin, geef je antwoord op de vraag: "Wie moet het doen?"

### Begrijpelijke taal

#### Schrijf in herkenbare woorden

Gebruik woorden die veel voorkomen en die jouw doelgroep kent of herkent.

#### Bijvoorbeeld:

Accorderen -> goedkeuren

Rijwiel -> fiets

Tips: [www.zoekeenvoudigewoorden.nl](http://www.zoekeenvoudigewoorden.nl)  
[www.schrijfmaargewoon.nl](http://www.schrijfmaargewoon.nl)

#### Voorkom vaktaal

Leg vaktermen uit en vervang ze waar mogelijk voor bekende woorden

#### Bijvoorbeeld:

intramurale medewerkers -> collega's die in onze verpleeghuizen of woonzorgcentra werken  
psychogeriatrische cliënt -> dementerende of cliënt met dementie

#### Wees eigentijds

Vervang (ouderwetse) formele woorden door eigentijdse (moderne) woorden

#### Bijvoorbeeld:

thans -> nu

desondanks -> toch

een vraag aangaande -> een vraag over

ten behoeve van -> voor

met betrekking to -> over

Voor elk formeel woord is een eigentijds alternatief (zie de woordenlijst in de Bijlage).

### **Gebruik concrete (duidelijke) woorden**

Zorg dat je woorden gebruikt waardoor de lezer weet waarover het gaat. Voorkom vaagheid, door 'het beestje bij de naam te noemen'.

#### Bijvoorbeeld:

een inkomensvoorziening -> een salaris/uitkering/pensioen

### **Prettig leesbaar**

Voor een prettige leesbare tekst zijn goed lopende zinnen zonder stijlfouten nodig en afwisseling. Je komt al een heel eind als je wollige, omslachtige taal vervangt door eigentijdse, concrete en duidelijke taal. Hiervoor is de eerder genoemde Wiebi-methode een handig hulpmiddel: schrijf op wat je eigenlijk bedoelt.

### **Maak het de lezer makkelijk**

Zet in een zin bij elkaar wat bij elkaar hoort en maak je zinnen niet te lang. Hiermee voorkom je de meest voorkomende stijlfouten die teksten moeilijk leesbaar maken.

#### Bijvoorbeeld:

*De specialist Ouderengeneeskunde of uw huisarts kan u voor onderzoek, behandeling, begeleiding of voorlichting op het gebied van spraak, taal, gehoor, slikken of mondhygiëne naar onze logopedisten doorverwijzen.*

Hier komt waar het om gaat: het doorverwijzen naar een logopedist, helemaal aan het eind van de zin. Je maakt het de lezer makkelijker als je dat naar voren haalt. Vervolgens knip je de zin in tweeën en vervang je omslachtige termen. Daarmee wordt de tekst beter leesbaar:

*De specialist Ouderengeneeskunde of uw huisarts kan u naar onze logopedisten doorverwijzen. De logopedist is er voor onderzoek, behandeling, begeleiding of voorlichting van spraak, taal, gehoor, slikken of mondverzorging.*

### **Durf te kiezen, te hakken en te schrappen**

Zet niet te veel informatie in een zin, maar maak een keuze of hak een zin doormidden. In het eigentijdse taalgebruik mag je best eens een zin beginnen met 'en' of 'maar' als dat de leesbaarheid van de tekst vergroot.

Kijk kritisch of de lezer jouw boodschap ook begrijpt met minder informatie. De kracht van de tekst zit in de bondigheid. Durf dus te schrappen.

### **Voorbeelden: hoe verbeter ik een tekst?**

Soms moet je een tekst helemaal veranderen om tot een eigentijdse, begrijpelijke, lezersgerichte tekst te komen.

#### Bijvoorbeeld:

*De patiënt wordt uitgenodigd om zich aan te bieden voor een postoperatieve raadpleging. De dag wordt bepaald door de chirurg. De patiënten wordt aanbevolen om een lichte activiteit te hernemen, zodra zij het ziekenhuis hebben verlaten.*

#### Hoe kan het beter?

*Als u weer thuis bent, is het goed om te bewegen. U mag bijvoorbeeld wandelen, fietsen en zwemmen. Met andere sporten moet u nog zes weken wachten. Dat moet ook met het tillen van bijvoorbeeld zware boodschappen. De doktersassistente van het ziekenhuis belt u binnenkort. Zij vraagt u om langs te komen voor een gesprek met uw chirurg.*

Nu zul je misschien denken: 'Ja, maar dat lukt echt niet met alle teksten'. Toch wel. Zelfs juridische teksten kun je omzetten naar begrijpelijke taal. Neem artikel 1 van onze grondwet.

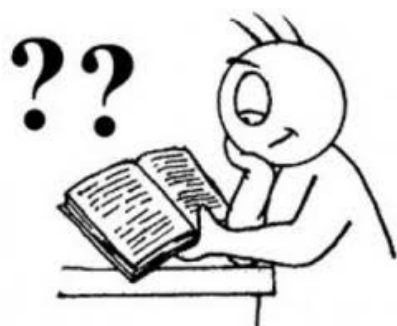
Bijvoorbeeld:

*Allen die zich in Nederland bevinden, worden in gelijke gevallen gelijk behandeld. Discriminatie wegens godsdienst, levensovertuiging, politieke gezindheid, ras, geslacht of op welke grond dan ook, is niet toegestaan.*

Hoe kan het beter?

*In Nederland behandelen we iedereen op dezelfde manier. Natuurlijk alleen als de situaties hetzelfde zijn of heel veel op elkaar lijken. Discriminatie mag niet.*

## Bijlage: voor ieder formeel woord is een alternatief



aangezien	omdat
aantreffen	vinden
aanwenden	gebruiken
alsmede	en, ook
alvorens	voor, voordat
behoudens	dat geldt niet voor
berichten	laten weten, vertellen
bescheiden	stukken, documenten
betreffende	over
betrekking hebben op	gaan over, te maken hebben met
bewerkstelligen	ervoor zorgen dat...
bijgevoegd	meegestuurd
bovengenoemde	deze, hierboven
conform	volgens, zoals
dan wel	of
derhalve	daarom, dus
dienen	moeten
doch	maar
doen toekomen	sturen
echter	maar, toch
gaarne	graag
gebruik maken van	gebruiken
geschieden	gebeuren
gronden	redenen
indien	als
inzake	over
mededelen	laten weten, informeren
met betrekking tot	over
met ingang van	vanaf, sinds
middels	door, met
naar voren brengen	laten weten, vertellen
omtrent	over
onderhavige	dit, deze, die
ondergetekende	ik, mij
ons inziens	wij vinden dat, volgens ons
op deze wijze	op deze manier, zo
op grond van	volgens, door

op welke wijze	hoe
recentelijk	pas geleden of: <i>noem een concrete datum</i>
retourneren	terugsturen
een schrijven	een brief
te allen tijde	altijd
ten aanzien van	voor, over
ten behoeve van	voor
teneinde	om... te
ten gevolge van	door
ten tijde van	toen, tijdens
ter hand stellen	geven, doorsturen
tevens	ook
tezamen	samen
thans, heden	nu, op dit moment
vernemen	horen
verzoeken	vragen
voornemens zijn	van plan zijn
voornoemd bedrag	dit bedrag
voorts	ook, verder
voldoen	betalen
..., welke	..., die
zorgdragen	voor zorgen