**Tips voor (online) redactievoering**

Het papieren clubblad dat verenigingen jaren geleden nog wekelijks verspreidden, heeft nu veelal plaatsgemaakt voor digitale communicatiemiddelen. Denk daarbij aan een e-mail nieuwsbrief, artikelen op de website en natuurlijk het gebruik van social media dat de afgelopen jaren explosief is toegenomen. Het gaat tegenwoordig allemaal al een stuk sneller, maar nog altijd is het een tijdrovend karwei voor de vrijwilligers. Bovendien ben je als communicatiecommissie ook afhankelijk van de input vanuit de andere commissies binnen de vereniging.

Daarom geven we hierbij een paar praktische tips [[1]](#footnote-1)voor een vlotter lopende redactie en een prettig leesbaar resultaat.

**Organisatie**

* Vorm een vaste redactie met een duidelijke taakverdeling.
* Stel actielijsten op.
* Maak elk redactielid verantwoordelijk voor een aantal onderwerpen.
* Werk vooruit: zorg dat er tijdloze artikelen op de plank liggen.
* Zorg dat zoveel mogelijk informatie bij de redactie terechtkomt.

**Structuur**

* Zorg voor afwisseling van onderwerpen, vorm en lengte.
* Geef structuur door een vaste rubricering (maar met nodige vrijheid).
* Maak een checklist van de vaste rubrieken.
* Houd een (digitaal) archief bij waar je makkelijk dingen in kunt terugvinden.

**Creativiteit**

* Zorg voor een aantrekkelijke opmaak.
* Bedenk aansprekende (tussen)koppen en leads.
* Breng nieuws over mensen.
* Gebruik foto’s en illustraties.

**Tips voor schrijven voor het web**

Een bezoeker van een website gedraagt zich heel anders dan iemand die de nieuwsbrief scant. Je moet goed nagaan voor welke doelgroep je schrijft en welke informatie je waar wilt laten zien of terugkomen. ZO heb je bijvoorbeeld vaste content op je website. Zo kan een potentieel nieuw lid op zoek zijn naar algemene informatie over hockeyen bij jouw club of meteen al naar het aanmeldformulier willen navigeren. Maar een bezoekend team kan bijvoorbeeld ook op zoek zijn naar informatie over eventuele afgelastingen of contactgegevens van het ontvangende team.

Je kunt er in ieder geval van uit gaan dat iedere bezoeker snel wilt vinden waar hij of zij voor naar de website gaat. Zorg dus dat je teksten kort, prettig leesbaar en goed ‘scanbaar’ zijn.

De Universiteit van Leiden heeft hiervoor vijf handige tips opgesteld:

**1. Val met de deur in huis**

Zet de belangrijkste inhoud bovenaan de pagina. Begin niet met een inleiding, met achtergrondinformatie of de historie van het onderwerp, maar ‘val met de deur in huis’. Geef bovenaan de pagina direct aan waar het om gaat: begin met de belangrijkste of meest actuele informatie en maak duidelijk wat de bezoeker op deze pagina kan verwachten.

**2. Houd de ‘zoekvraag’ van de bezoeker voor ogen**

Een bezoeker komt meestal met een concrete ‘zoekvraag’ op een website. Probeer je te verplaatsen in de doelgroep van jouw website en bedenk mogelijke zoekvragen van bezoekers. Houd bij het schrijven van webtekst steeds voor ogen: is deze informatie relevant, welke zoekvraag beantwoordt mijn tekst? Probeer aan te sluiten bij de belevingswereld en informatiebehoefte van de doelgroep. Met andere woorden: stel jezelf niet de vraag ‘Welke informatie wil ik aanbieden op mijn website?’, maar: ‘Welke informatie zoekt de doelgroep op mijn website?’.

**3. Schrijf ‘scanbaar’**

Bezoekers ‘scannen’ een webpagina snel, op zoek naar trefwoorden die aansluiten bij hun zoekvraag (een beetje vergelijkbaar met het ‘koppen snellen’ in een krant). Als een bezoeker niet snel vindt wat hij zoekt, is hij weer weg. Speel hierop in met overzichtelijke en ‘scanbare’ teksten:

Maak korte paragrafen.

Bedenk goede, inhoudelijke tussenkopjes: betekenisvolle kopjes die mogelijke zoektermen bevatten, dus niet ‘Algemeen’ of ‘Inleiding’.

Gebruik opsommingen:

* om 1. wijze
* zaken 2. onder
* op 3. de aandacht
* overzichtelijke 4. te brengen

**4. Schrijf beknopt, helder en aantrekkelijk**

Houd het kort, schrap zo veel mogelijk overbodige zinnen en woorden. Maak het helder en concreet, geef voorbeelden. Vermijd ambtelijk taalgebruik en jargon. Zet beleidsteksten, brochureteksten, regelingen en dergelijke niet zonder meer op een webpagina, maar bewerk deze tot korte, ‘scanbare’ webteksten. Bied zo nodig daarnaast de volledige tekst aan als pdf, zodat de bezoeker het document alsnog kan printen.

Spreek de bezoeker waar mogelijk ook rechtstreeks aan:

Dus niet

* Op deze site is meer informatie te vinden over Fithockey.
* Je kunt je op deze site aanmelden voor de Jongste Jeugd clinic

Maar

* Lees meer over Fithockey.
* Meld je aan voor de Jongste Jeugd clinic.

Schrijf niet in lijdende vorm, maar formuleer actief:

Dus niet

* De play-offs werden door veel mensen bezocht.

Maar

* Veel mensen kwamen naar de play-offs.

**5. Gebruik betekenisvolle linkteksten**

Het moet duidelijk zijn voor bezoekers waar een link op een webpagina naartoe leidt. Als je in lopende tekst of bijvoorbeeld onderaan een paragraaf verwijst naar een andere webpagina, gebruik dan betekenisvolle, informatieve linkteksten:

Dus niet

* Klik hier voor informatie over scheidsrechters

Maar

* Meer informatie over scheidsrechters
1. Uit: SPORT Bestuur & Management, rubriek Sponsoring & Communicatie. SPORT Bestuur & Management verschijnt zes maal per jaar en is bestemd voor bestuursleden en managers in en rond de sport. De inhoud is sterk op de praktijk gericht. Bel 030-6051090, fax 030-6052618 of e-mail info@sportbm.nl voor het abonnementenaanbod. [↑](#footnote-ref-1)