

Toegankelijke taal: vóór en na een kritische redactieslag

Het nut van toegankelijke taal zie je eigenlijk pas als je een tekst voor en een tekst na' een kritische redactieslag naast elkaar legt. We lieten ChatGPT een generieke bewonersbrief schrijven over een vergoeding voor het verduurzamen van woningen. Die brief schreven we om naar een meer toegankelijke tekst.

Waar letten we op bij zo'n redactieslag?

- doelgroep en insteek
- structuur van de tekst
- opbouw en lengte van zinnen
- woord- en taalgebruik

Naar aanleiding van de brief van ChatGPT geven we een aantal tips over hoe je een dergelijke tekst toegankelijker kunt maken.

Geachte waarde lezers, het verheugt mij ten zeerste u te kunnen mededelen dat er een nieuwe regeling is aangenomen door de lokale overheid betreffende de verduurzaming van woningen. Het is van belang om op te merken dat deze regeling voortvloeit uit een langdurig proces van beleidsontwikkeling en evaluatie, waarbij diverse belanghebbenden, waaronder overheidsinstanties, maatschappelijke organisaties en experts op het gebied van duurzaamheid, betrokken zijn geweest. De regeling is het resultaat van een gezamenlijke inspanning om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar duurzame oplossingen in de woningbouwsector.

Onder de voorwaarden van deze regeling kunnen bewoners die voldoen aan bepaalde criteria, zoals het bezitten van een woning binnen de vastgestelde gemeentegrenzen en het voldoen aan bepaalde inkomensgrenzen, in aanmerking komen voor een vergoeding om energiebesparende maatregelen te treffen in hun woningen. Deze maatregelen kunnen onder meer bestaan uit het aanbrengen van isolatie, het installeren van zonnepanelen, en het vervangen van verouderde verwarmingssystemen door energiezuinige alternatieven.

Het is belangrijk om op te merken dat de hoogte van de vergoeding zal worden bepaald op basis van verschillende factoren, waaronder de aard en omvang van de uitgevoerde werkzaamheden, alsmede de financiële draagkracht van de aanvrager. Bovendien zullen aanvragers worden gevraagd om gedetailleerde informatie te verstrekken over de voorgenomen werkzaamheden, alsmede over hun huidige woonsituatie en financiële positie.

Het is onze verwachting dat deze regeling een belangrijke bijdrage zal leveren aan het bevorderen van duurzaamheid in de woningbouwsector en het verminderen van de uitstoot van broeikasgassen. Door bewoners te stimuleren om energiebesparende maatregelen te treffen, kunnen we niet alleen de energie-efficiëntie van woningen verbeteren, maar ook de kosten van energieverbruik verlagen en de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen verminderen.

We moedigen alle bewoners die geïnteresseerd zijn in het verduurzamen van hun woningen aan om deel te nemen aan deze regeling en gebruik te maken van de beschikbare financiële ondersteuning. Samen kunnen we een positieve bijdrage leveren aan het creëren van een duurzame toekomst voor ons allemaal.

Wat voor tips en feedback geven we?
Zie de volgende pagina!

Wat voor feedback geven we?

“ Deze brief is op het eerste oog een flinke lap aan informatie. Onze tip: voeg altijd tussenkopjes toe. Bijvoorbeeld in de vorm van vragen die je beantwoordt in de alinea.

“ Maak zo snel mogelijk duidelijk wat het nieuwswaardige van jouw tekst is. Waarom is deze tekst relevant voor de doelgroep (*what's in it for them*)? Het is wel duidelijk dat er een nieuwe regeling komt, maar het is niet duidelijk dat deze regeling voor bewoners is. Dat is uiteindelijk wel het 'lokkertje' van deze tekst!

“ Maak in de eerste alinea (het intro) een samenvatting van de kern van het verhaal in maximaal drie of vier zinnen. Dan weet de lezer gelijk waar die aan toe is.

“ Geef in de tweede alinea meer uitleg over het nieuwswaardige. Ga in op een van deze vragen: wie, wat, waar, wanneer, waarom of hoe? In deze voorbeeldbrief gaat het om een call-to-action om gebruik te maken van deze regeling. Daarom kies je voor wat of hoe.

“ Pas in de tweede alinea wordt duidelijk dat bewoners een vergoeding kunnen krijgen. Voor de lezer is dit het belangrijkste nieuws. Maak dit dus duidelijk in de eerste alinea. We noemen dit een 'oprolbaar' verhaal. Hoe belangrijker de informatie, hoe hoger deze informatie in een tekst moet staan.

“ In de rest van het verhaal beantwoord je de belangrijkste vragen van de doelgroep. In dit geval zijn dat waarschijnlijk:

- Hoe kom ik in aanmerking?
- Hoeveel kan ik krijgen?

“ Maak de informatie zo concreet mogelijk, geef de lezer zo veel mogelijk handelingsperspectief. Waar vinden zij meer informatie? Verwijs dan bijvoorbeeld naar een specifieke pagina op een website of een plaats om vragen te stellen.

“ De afsluiting past bij de doelstelling van de regeling. Daarom is het een goede slotzin!

Het resultaat?

Zie de volgende pagina!

Het resultaat?

Beste bewoner,

Nieuwe regeling om uw woning te verduurzamen

Als bewoner krijgt u via deze regeling misschien een vergoeding voor maatregelen die energie besparen. Bijvoorbeeld voor het plaatsen van zonnepanelen of extra isolatie in de woning. Hierdoor gaat u per maand minder betalen voor uw energiekosten.

Aan welke voorwaarden moet u voldoen?

Wilt u gebruikmaken van deze regeling? Er gelden een aantal voorwaarden. Bewoners met een koopwoning of een bepaald maandinkomen komen in aanmerking. Op deze website kunt u checken of u voldoet aan de voorwaarden [[link naar website](#)].

Hoogte van de vergoeding

De hoogte van de vergoeding hangt af van verschillende zaken. Wij vragen u onder meer naar:

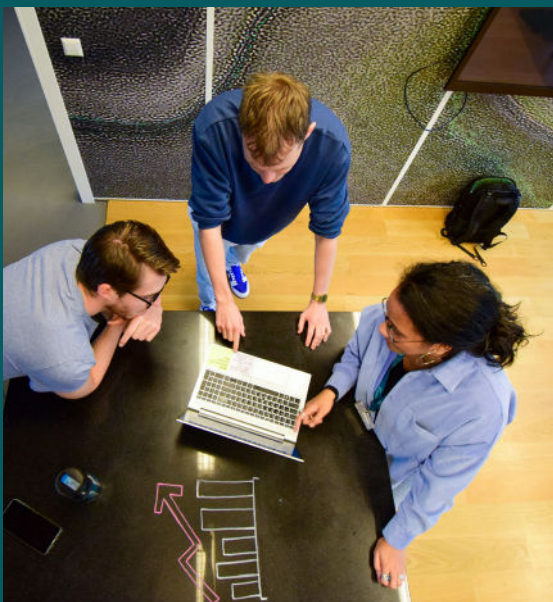
- de schaal van de werkzaamheden
- uw financiële situatie
- uw huidige woonsituatie

Komt u in aanmerking voor de regeling? Vraag dan meteen uw energiebesparende maatregelen aan via [[website](#)].

Wat gebeurt er 'na uw aanvraag?

Het duurt ongeveer twee weken voordat u antwoord krijgt op uw aanvraag. Is uw aanvraag goedgekeurd? Dan krijgt u een vergoeding. De gemeente brengt u dan ook in contact met partijen die de maatregelen uitvoeren.

Samen dragen we bij aan een duurzamere toekomst voor ons allemaal!



Hulp nodig bij het toegankelijk maken van teksten?

Future Communication heeft consultants in dienst met veel ervaring met het schrijven van toegankelijke teksten voor verschillende doelgroepen. Maar ons team Content & Online maakt nog veel meer: van podcasts en contentstrategieën tot video's en online magazines.

[Bekijk ook het online magazine over onze expertise Content & Online](#)