

SCHRIJFTIPS VOOR TEKSTSCHRIJVERS

Tips op basis van de schrijftraining Maak verschil met je content: *laat je je content aansluiten op de strategische doelen uit het Koersbeeld en/of de Changemaker-campagne van de HAN.*

TITEL & INTRO: DE KERN VAN JE VERHAAL

Het intro:

- vormt samen met de titel de kern van je verhaal;
- brengt het nieuws en/of prikkelt om verder te lezen;
- bevat max. 300 tekens.

Hoe breng je het nieuws?

Geef antwoord op de vragen wie, wat, waar, wanneer, waarom en/of hoe.

Hoe prikkel je om verder te lezen?

Bijvoorbeeld met een quote of anekdote. Je geeft aan waar je het over gaat hebben en waarom.



Tips:

gebruik meerdere zinnen;

stel vragen die je verderop beantwoordt: [Goed werkgeverschap: iedereen aan boord \(han.nl\)](#)

De titel:

- is het halve werk;
- bepaalt of de lezer doorklikt/doorleest;
- is feitelijk, of juist prikkelend: denk aan een quote uit een interview.

2 voorbeelden:

Samen met VILANS naar betere zorg (han.nl) - feitelijk, vertelt het verhaal

"Doe het niet, doe het vooral niet!" (han.nl) - prikkelt, quote uit interview

Tip:

Als je prikkelt, geef dan ook alvast iets weg van wat je gaat vertellen!

Wat is het Centre of Expertise 'Sneller Herstel'? (han.nl)

Titel & intro: waar zet je wat?

Je titel vertelt het verhaal, de eyebrow (=bovenkop) is een aanvulling daarop.

Dus bijvoorbeeld zo:



Tips voor het cms:

- De eyebrow is niet verplicht om in te vullen, maar doe het in ieder geval in je header.
- Zet het intro op de juiste plek (bij Intro text) en gebruik maximaal 300 tekens.

JE VERHAAL: SHOW, DON'T TELL

Elk verhaal begint bij een idee.

Hoe kom je nou van een idee tot een goed voorbeeld dat aansluit op onze strategische doelen en/of bruikbaar is voor de Changemaker-campagne?

- Maak het concreet: schrijf het op, deel het met een collega.
- Bedenk op welk thema/doel het aansluit.
- Check of iemand al iets doet of heeft gedaan met dit onderwerp. Zo ja, bepaal of jouw idee een nieuw verhaal waard is.



3x inspiratie voor jouw verhaal:

Laat een expert aan het woord over een project:

[Goed werkgeverschap: iedereen aan boord \(han.nl\)](#)

Vertel over een (nieuwe) samenwerking:

[Samen met VILANS naar betere zorg \(han.nl\)](#)

Maak nieuws: speel in op actuele onderwerpen:

[Wat is wijsheid: vitamines uit pillen, via een infuus of uit voeding? \(han.nl\)](#)

En, denk ook in beeld! Voorkom dat een goede afbeelding de 'showstopper' wordt.

TIPS VOOR JE TEKST ...

Een trucje: lees je tekst hardop.

Loop je vast? Zo lees je er vlot doorheen:

- Vermijd afkortingen - weten externen wat AGV betekent?
- Schrijf actief in plaats van passief - vermijd 'zullen, gaan en worden'.
- Wissel korte en langere zinnen af.
- Maak niet te lange alinea's - houd het bij 5 tot 7 zinnen.

Onze tone of voice (brandvoice) is vastgelegd in het Taalkompas. Je vindt er veel tips voor je teksten! Een belangrijke: maak je lezer nieuwsgierig en maak je teksten zelfverzekerd.

Meer

Volg de Brandvoice-training bij de HAN Academy

weten?

... EN VOOR JE BEELD

De header is je blikvanger: naast je titel en intro het eerste wat je lezer ziet!

Dus:

- Is de foto scherp?
- Kijk je de personen in de ogen?
- Check de uitsnede ([zo doe je dat voor mobiel](#))



Tips:

Gebruik voor liggende foto's het Image-component (met fotobijschrift).

Minimale afmetingen voor een foto: 1500 x 1000 pixels.

2 voorbeelden:

Talkshow over armoede: 'situatie wordt steeds nijpender' (han.nl) - personen kijken weg

HEQED Internationaal in dialoog over gelijke kansen (han.nl) - beeld voegt niets toe

CATEGORIEËN

Aan je nieuwsbericht of artikel kun je categorieën toevoegen.

Waarom?

- Om je doelgroep & onderwerp te bepalen.
- Om je artikel of nieuwsbericht zichtbaar maken op han.nl en/of Insite.

Lees hier meer over in de [handleiding voor redacteuren](#)

ZET DE PUNTJES OP DE I

Zo maak je het helemaal af, en zorg je ervoor dat jouw verhaal de plek krijgt die het verdient!

- Interview je iemand? Gebruik het Quote component (zie plaatje).
- Verrijk je verhaal met links naar andere artikelen: gebruik het [Card Container component](#) (afsluiter op de pagina).

CHECKLIST

Vooraf

*Draagt mijn onderwerp bij aan een strategisch doel uit het Koersbeeld?
Is mijn verhaal een Changemaker?*

Schrijven

- Gebruik de handleiding
- Check je titel, intro, tussenkopjes én scan je tekst
- Vul de metadata
- Gebruik goede beelden

Laatste check

- Categorieën aangevinkt?
- Opmaak oké?

Mail je url naar:

han2028@han.nl (nieuwsbrief Koers in Beeld) en/of
changemakers@han.nl (campagne Changemakers)

GOED OM ERBIJ TE HEBBEN

De strategische doelen uit ons Koersbeeld:

- Studenten worden maatschappelijk betrokken wereldburgers.
- Studenten en medewerkers worden digi- en datavaardig.
- We richten ons onderwijs flexibel in.
- We gaan duurzame verbindingen aan met onze partners.
- We stemmen ons portfolio voor professionals af met het werkveld in de regio.
- Studenten voelen zich een leven lang verbonden met de HAN.

De thema's uit onze Changemaker-campagne:

- Let's change the way we care
- Let's change the way we consume
- Let's change the way we learn
- Let's change the way we live
- Let's change the way we move
- Let's change the way we work