

1. Zet het belangrijkste van je boodschap vooraan

Deze tip is evident, maar toch wordt ze door niet-professionals zelden toegepast. De achterliggende gedachte is uiteraard dat veel lezers afhaken na een aantal zinnen. Te veel informatie kan het enthousiasme bij de lezer sterk doen dalen.

2. Zorg voor een aangename opmaak

Iedereen zal zijn/haar aandacht in de eerste plaats richten op aantrekkelijke en duidelijke informatie. Zeker bij senioren is een goede leesbaarheid cruciaal. De **lettergrootte** (beter 12 dan 9) en het **contrast** tussen tekst en achtergrond zijn heel belangrijk. Probeer daarom binnen het opgelegde sjabloon van de gemeente toch een zo goed mogelijke leesbaarheid na te streven.

3. Schrijf met iemand van je doelgroep in gedachten

Stel jezelf de vraag: "Zou mijn moeder / vader / tante de boodschap begrijpen of aantrekkelijk vinden?"

8. Maak gebruik van de vraagvorm

Vragen kunnen je op 2 manieren helpen om een kwalitatieve tekst op te stellen. Enerzijds zijn ze geschikt om interesse te wekken ('Zorgeloos fietsen met GPS, iets voor jou?'). Daarnaast kunnen ze je boodschap ook structuur geven. De lezer wil in jouw boodschap immers al zijn of haar vragen beantwoord zien. Idealiter weet hij/zij na je boodschap alles om tot actie over te gaan!

9. Gebruik korte zinnen

De ideale lengte van een zin is afhankelijk van het leesniveau van je doelgroep. Voor senioren is dit maximaal **10 woorden**. Kortere zinnen gaan samen met meer punten en minder komma's. Vermijd ook het gebruik van haakjes. Dat zorgt voor een onnodige verstoring van de leesbaarheid.

4. Gebruik eenvoudige taal en woorden

Vakjargon is ook aan de sportsector niet vreemd. Initiatiereeksen, sportinitiaties, sportacademie... zijn ingeburgerde termen maar dat geldt niet voor minder actieve burgers of senioren in het bijzonder. Deze tip is ook van toepassing op afkortingen en eenvoudig lijkende woorden (gebruik bijvoorbeeld elke week ipv wekelijks).

12 tips voor communicatie naar senioren



© ISB vzw

Met steun van de
Vlaamse overheid

5. Accentueer met vette woorden

Wil je een woord of deel van een zin extra benadrukken? Gebruik dan de optie **vet**. Bij onderlijnen gaat de aandacht van de lezer vooral naar de lijn en minder naar het woord. De meerwaarde van *cursief* is ook beperkt.

6. Gebruik sprekende foto's

Een aantrekkelijk beeld kan de aandacht voor de boodschap verhogen en tegelijk de inhoud verduidelijken. Een goed gekozen foto van een activiteit of de sympathieke lesgever kan sommige mensen makkelijker over de streep trekken dan een geschreven boodschap.

7. Spreek de lezer persoonlijk aan

Persoonlijk aanspreken kan helpen om mensen ook effectief te overtuigen en aan te zetten tot actie. Een negatieve boodschap mag zelfs (met mate) mensen confronteren: 'Beweeg je te weinig?' 'Wil je meer bewegen?'

10. Schrijf samen en zeg het eens hardop

Beide tips zijn belangrijk om voor een vlot leesbare tekst. Ze helpen je vooral om ballast te schrappen. Krijg je je zin vlot uitgesproken, of kan het bondiger? De essentie moet uiteraard overeind blijven. Laat je boodschap ook nalezen door anderen.

11. U-vorm of jij-vorm voor senioren?

De u-vorm gebruiken, mag uiteraard en een aantal senioren zullen de beleefdheid appreciëren. Maar het schept een zekere afstand en je verlaagt er geen drempels mee. Ons advies is om ook de doelgroep senioren in de jij-vorm aan te spreken.

12. Wees aandachtig voor het gevoel dat woorden kunnen oproepen

'Sporten' is voor minder actieve mensen (en zeker senioren) een woord dat terughoudendheid kan oproepen. De doelgroep voelt zich niet aangesproken en associeert sport met competitie, afgetrainde atleten. 'Bewegen' is een veel betere term. Ook andere woorden zoals 'onderzoek' of 'experts' kunnen gepaard gaan met een gevoel van afstandelijkheid.