

# Redactie statuut

[ Spelregels + schrijftips ]  
[www.zorgcommunity.com](http://www.zorgcommunity.com)



ZORGC **COMMUNITY** 

# Doe je mee?

---

Leuk dat je geïnteresseerd bent in schrijven voor Zorgcommunity. We werken met een aantal vaste auteurs en krijgen vanuit diverse kanalen in en rondom de community content aangeleverd. In dit redactiestatuut vind je de spelregels en een stijlguide, maar ook tips en tricks voor het schrijven van goede content.

## **SCHRIJVEN VOOR ZORGCOMMUNITY**

Zorgcommunity staat open voor nieuwe auteurs en we zijn altijd op zoek naar interessante, vernieuwende en prikkelende content. Wil je worden opgenomen in ons vaste auteursbestand? Dan vragen we je minimaal 1x per kwartaal een stuk aan te leveren.

## **AANLEVEREN VAN CONTENT**

Heb je een stuk geschreven? Stuur je artikel dan als Word-bestand met zo min mogelijk opmaak (hyperlinks daargelaten) naar de redactie: [jdingemans@zorgcommunity.com](mailto:jdingemans@zorgcommunity.com).

---

# Contentsoorten

---

Op het platform van Zorgcommunity vind en deel je de volgende soorten content:

ARTIKELEN / op de volgende pagina lees je hier meer over

VIDEO'S / zoals instructievideo's vlogs, leergangen, eventverslagen en animatiefilmpjes

DOCUMENTEN / whitepapers, protocollen en checklists bijvoorbeeld, die je upload als pdf

OPLEIDINGEN / studie's, trainingen en cursussen om kennis up-to-date te houden en je te ontwikkelen als zorgprofessional

VACATURES / vind de juiste match voor jouw vacature door 'm te delen via Zorgcommunity

EVENEMENTEN / denktanks, congressen, summits en andere bijeenkomsten

BOEKEN / presentatie van boeken over de zorg of gerelateerde onderwerpen

TOOLS & APPS / (digitale) instrumenten die het werk van de zorgprofessional makkelijker maken.

---

# Artikelvormen

---

Elk artikel heeft een korte inleiding van zo'n vijftig woorden. De lengte van een artikel is minimaal 500 en maximaal 1500 woorden. We onderscheiden de volgende vormen:

**BLOGS** / kort inhoudelijk stuk van maximaal 600 woorden

**OPINIE** / op feiten gebaseerd stuk dat toewerkt naar een oordeel

**COLUMNNS** / persoonlijke visie, niet per se feitelijk onderbouwd

**INTERVIEWS** / een vraaggesprek tussen twee of meer personen

**NIEUWS** / korte feitelijke tekst over een actueel onderwerp

**ONDERZOEK** / objectief en onderbouwd stuk of rapport

---

# De spelregels

---

- Een artikel is niet bedoeld om je eigen organisatie aan te prijzen. Je mag natuurlijk wel refereren aan je eigen ervaringen.
  - Het thema van een artikel past binnen de kennisdomeinen van Zorgcommunity.
  - Je artikel bevat unieke content, dus geen plagiaat. De content wordt niet op andere plekken gepubliceerd. Hiervoor kun je een penalty krijgen van Google.
  - Een artikel mag geen beledigende of discriminerende elementen bevatten.
  - Je schrijft op persoonlijke titel.
  - Het is altijd mogelijk om gratis een artikel te plaatsen. Wij doen hier dan geen verdere promotie voor. Een aanvullend promotiepakket vergroot natuurlijk wel de kans dat je artikel gelezen wordt.
  - Ten allen tijde behouden we het recht om een artikel af te wijzen vanwege de inhoud.
-

# Pakkende content

---

Wil je met jouw artikel de aandacht van de community trekken? Zorg dan dat de content de volgende elementen bevat:

**RELEVANT** / Hoe belangrijk is het onderwerp waarover het artikel gaat voor de lezers? Wordt het herkend als authentiek en waardevol?

**ACTUEEL** / Welk actuele vraagstuk stelt het artikel aan de orde? Waarom nu, bij welke ontwikkeling haakt de tekst aan?

**ONDERBOUWING** / Worden stellingen en aannames voldoende onderbouwd? Dit is van belang in verband met de geloofwaardigheid van een artikel. Vermeld ook je bronnen (met link).

**INFORMATIEF** / Zit er voldoende informatie in een artikel om de lezer te inspireren en bij te dragen aan zijn of haar kennis?

**TOEGANKELIJK** / Is het artikel wat betreft opbouw, stijl en taalgebruik gemakkelijk leesbaar en daarmee toegankelijk voor de lezers? Bedenk: het is een teken van intelligentie om het complexe, simpel uit te leggen.

---

# Tips en tricks I

---

- Hou het **kort en krachtig**. Het lezen vanaf een beeldscherm is vermoeiender voor de ogen dan van papier. Voegt iedere zin echt wat toe aan je verhaal? Kill your darlings!
  - Maak voordat je gaat schrijven eerst een **indeling van het artikel** en begin met de belangrijkste boodschap. Een koppenstructuur kan hierbij een handig hulpmiddel zijn.
  - Lezers scannen veel, zeker online. Hou hier rekening mee door gebruik te maken van **alinea's, witregels en tussenkopjes**. Probeer iedere alinea ongeveer even lang te maken en behandel daarin één onderwerp. Maak gebruik van bulletpoints bij opsommingen.
  - Breng voor een **fijne leesflow** ritme aan door korte en langere zinnen af te wisselen.
  - Vermijd ouderwets en formeel woordgebruik. Hou het duidelijk, aansprekend, bondig en fris. Spreek de lezer aan met **je in plaats van u**.
-



# Tips en tricks II

---

- **Vermijd passief taalgebruik.** Dus niet 'Door ons werd geconcludeerd', maar: 'Wij concluderen'. Hulpwerkwoorden zoals kunnen, zullen en zouden, maken je tekst vaak minder krachtig.
  - Probeer je betoog niet af te zwakken met termen als: het is mogelijk dat, je zou kunnen denken dat. **Hou het scherp en stellig.** Dit leest lekkerder en het nodigt uit tot discussie.
  - Denk na over **een sterke afsluiting.** Laat het item niet doodbloeden.
  - Gebruik geen afkortingen of jargon zonder uitleg. Maak het je lezer zo gemakkelijk mogelijk om je tekst te begrijpen.
  - Lees na het schrijven je artikel nog eens goed na. Sluit de inhoud goed aan bij de doelgroep? Als je een vraag stelt in het artikel, heb je die dan ook beantwoord?
-



# Stijlgids

---

**AANHALINGSTEKENS** / Gebruik enkele aanhalingstekens rond citaten. Probeer de bekende aanhalingstekens rond zelfstandige naamwoorden zoveel mogelijk vermijden (denk de beweging met je handen erbij). Dus niet: Het 'probleem'. Het is een probleem of niet.

**CIJFERS EN PERCENTAGES** / Cijfers tot honderd schrijven we zoveel mogelijk voluit. Een aantal uitzonderingen daargelaten, zoals de cijfers in de titel, percentages en jaartallen.

**GEEN PUNTJE PUNTJE PUNTJE** / Zinnen als: Hier moeten we over nadenken... kunnen gewoon met één punt eindigen.

**TITEL KORT EN PAKKEND** / Niet te poëtisch en het liefst met een vakterm erin. De titel mag opvallen. Ook lijstjes en cijfers doen het goed.

**MATIG MET UITROEPTEKENS** / Probeer de tekst voor zich te laten spreken.

**AFKORTINGEN UITSCHRIJVEN** / De punten onderbreken de flow van je lezer, dus: bijvoorbeeld in plaats van bijv. Lange termen schrijf je de eerste keer voluit en daarna afgekort zonder punten.

---

# Tot slot

---

## **AUTEURSPROFIEL**

Standaard wordt je artikel gekoppeld aan *je profiel op Zorgcommunity*. Zorg er dus voor dat je hier in ieder geval je naam hebt ingevuld. Om jezelf of je bedrijf beter in beeld te brengen, raden we aan om je profiel zo veel mogelijk te verrijken.

## **RICHTLIJNEN VOOR BEELD**

We vinden het leuk als je zelf beeld aanlevert. Belangrijk daarbij is dat het beeld rechtenvrij moet zijn. Er zijn websites die gratis beelden aanbieden (stockfoto's), maar dit zijn vaak erg algemene foto's.

Leuker is een foto die je zelf hebt gemaakt, van een detail of juist een uitgezoomd beeld. Het mag best een beetje gek zijn, dit maakt je verhaal beeldender en meer aansprekend. Inspiratie opdoen kan bijvoorbeeld op Instagram of Pinterest.

## **VRAGEN?**

Aarzel niet om ze te stellen. Stuur een e-mail naar [jdingemans@zorgcommunity.com](mailto:jdingemans@zorgcommunity.com)

---

**ZORG** COMMUNITY



verbindt professionals,  
goede ideeën en  
initiatieven in de zorg

