

RICHTLIJN: VERHALEN SCHRIJVEN VOOR COLLECTIE ZEELAND

Versie november 2025

In deze richtlijn:

Inhoud

INTRODUCTIE.....	1
DOEL EN KARAKTER VAN HET PLATFORM.....	1
VOOR WIE?.....	2
AANWIJZINGEN VOOR HET SCHRIJVEN VAN VERHALEN	3
Opbouw verhalen	3
Titel	4
Samenvatting.....	4
Tekst.....	4
Bronvermelding	5
Omvang	5
Schrijfstijl	5
Afbeeldingen.....	6
KERNPRINCIPES.....	7

INTRODUCTIE

Binnen Atlantis is een Verhalenmodule beschikbaar. Hier kan iedereen zonder extra kosten gebruik van maken.

In dit document staan wat richtlijnen, tips en trucs om een goed verhaal te schrijven voor op Collectie Zeeland.

DOEL EN KARAKTER VAN HET PLATFORM

Een digitaal erfgoedplatform vertelt de **verhalen achter collecties, objecten, plekken en mensen**. Het doel is om erfgoed **toegankelijk, betekenisvol en actueel** te maken voor een breed publiek. De belangstelling van de bezoeker is leidend voor de manier waarop deze de historische en actuele informatie tot zich neemt. Erfgoed krijgt de meeste waarde als het herkenbaar, actueel en persoonlijk relevant is. Verhalen spelen daarom in op de **actualiteit** en hebben een **lokale basis**, ze zijn herkenbaar in de directe leefomgeving van mensen.

VOOR WIE?

De publiekspresentatie richt zich op de 'halers', de consumenten en meer specifiek op de bewoners en bezoekers van Zeeland. Hierbinnen kan een onderscheid gemaakt worden tussen verschillende gebruikersmotieven, deze zijn vertaald naar 4 persona's.

1. **Marinus, de erfgoedliefhebber:** de gepensioneerde man/ vrouw met een hoge interesse in geschiedenis en erfgoed. Voor musea en archieven is dit een usual suspect en terugkerende bezoeker. Marinus heeft online ervaring maar is een passieve gebruiker. Online informatie dient eenvoudig gepresenteerd te worden. Marinus is geïnteresseerd in historische verhalen en wil tevens zijn kennis hierover uiten. Dit doet Marinus onder meer via Wikipedia of via erfgoedportals.
2. **Johanna, de cultuurzoeker:** man/vrouw (>50 jaar) met een duidelijke interesse voor cultuur en geschiedenis. Johanna bezoekt graag tentoonstellingen in musea, maar houdt ook erg van wandelen/fietsen en een actief dagje uit. Johanna zou op wandelingen en fietsuitjes verdieping willen vinden. Online heeft Johanna ervaring, zij heeft bijvoorbeeld een smartphone, maar kent nog niet alle online mogelijkheden. Informatie moet dus eenvoudig gepresenteerd worden.
3. **Sanne, de nieuwsgierige local:** man/vrouw (<45 jaar) die voor het gezin op zoek is naar uitjes in het weekend en tijdens vakantie. Sanne heeft een latente interesse in erfgoed, maar is wel degelijk op zoek naar uitjes die voor het gezin educatief kunnen zijn. Fun en leren dient te worden afgewisseld. Sanne heeft veel online ervaring en heeft een smartphone.
4. **Sem, de digitale ontdekkingsreiziger:** man/vrouw (16-30 jaar) met een latente interesse in geschiedenis en cultuur. Grootgebruiker van mobiel internet en innovatieve technieken. Sem is geïnteresseerd in snelle verdiepende informatie.

PERSONA	KENMERKEN	WAT WERKT GOED
De erfgoedliefhebber	Heeft voorkennis, zoekt verdieping	Chronologische structuur, bronnen, detailinformatie
De cultuurzoeker	Combineert leren met beleven	Verhalende invalshoek, koppeling aan locatie of object
De nieuwsgierige local	Wil zijn/haar omgeving beter begrijpen	Persoonlijke toon, lokale anekdotes
De digitale ontdekkingsreiziger	Kijkt en deelt online	Korte paragrafen, multimedia, 'wist-je-dat'-stijl

AANWIJZINGEN VOOR HET SCHRIJVEN VAN VERHALEN

Denk van tevoren goed na over de inhoud van de tekst: wát wil je precies aan de lezer vertellen? Hou daarbij in het oog wat de bezoeker op de website komt doen: kennis 'halen' om zich te laten inspireren en om iets te beleven dat verband houdt met een aspect van materieel of immaterieel erfgoed. Zorg voor een connectie met de mensen van nu. Maak het dus actueel. **Laat zien wat er nu nog in de (leef)omgeving van mensen herkenbaar is van het historische verhaal.** En... hou de persona's in gedachten en schrijf voor hen.

Opbouw verhalen

Mensen lezen webteksten anders dan geschreven teksten. Ze 'hoppen' door een webtekst en maken daarbij gebruik van visuele ankerpunten: titel, bovenste alinea, tussenkopjes, topische zin (wie, wat, waar, waarom, wanneer of hoe) aan het begin van iedere alinea, hyperlinkteksten, afbeeldingen, vetgedrukte teksten.

Een bezoeker van een website is op zoek naar trefwoorden die aansluiten bij zijn/haar zoekvraag. Als een bezoeker niet snel vindt wat hij zoekt, gaat hij weer weg. Speel hier op in met overzichtelijke en 'scanbare' teksten.

Een verhaal is als volgt opgebouwd:

1. titel
2. korte samenvatting
3. tekst met meer uitvoerige inhoud en leuke details
4. bronvermelding

Titel

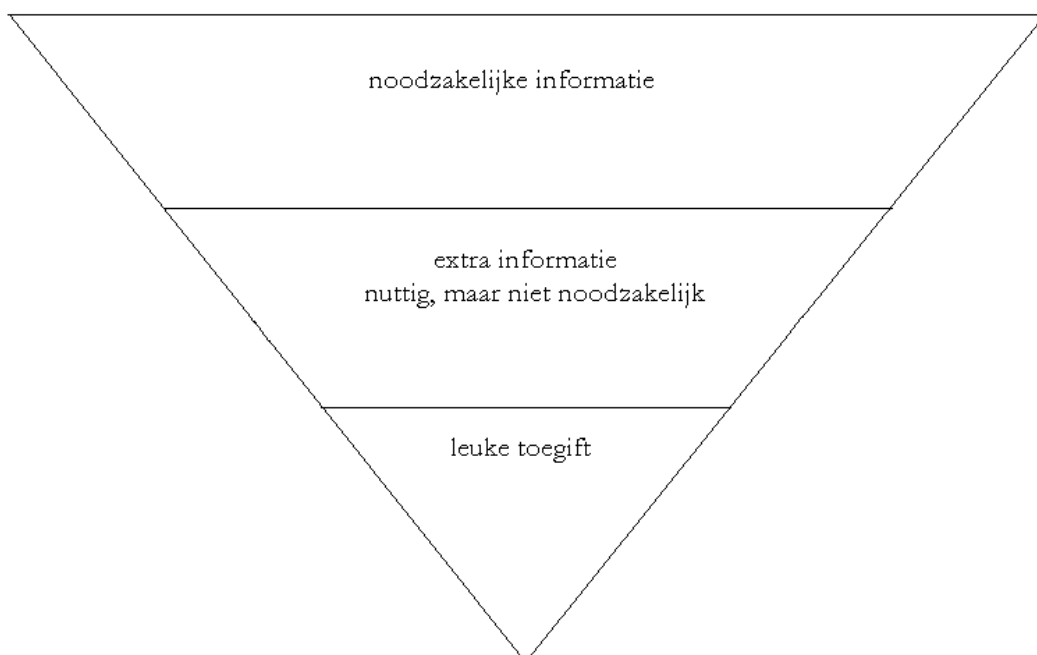
- betekenisvol
- begrijpelijk zonder context
- kort, maximaal 55 tekens
- 'front-loaded': het belangrijkste woord staat bij de eerste 3 woorden
- geen beeldspraak
- inhoudswoorden gebruiken: zelfstandige naamwoorden en werkwoorden

Samenvatting

- de inhoud van het verhaal in een notendop
- val met de deur in huis, een samenvatting op een website is geen lekkermakertje
- kort en krachtig
- bevat de relevante trefwoorden die een bezoeker gebruikt voor het onderwerp
- belangrijkste boodschap zit in de eerste 150 tekens
- voer niet teveel feiten in een te kort bestek op

Tekst

- bestaat uit kleine, hapklare brokken informatie
- bevat tussenkopjes: kort (4 à 5 woorden), informatief, geven een samenvatting van de paragraaf eronder, de eerste woorden in het kopje zijn de belangrijkste woorden, gebruik inhoudswoorden
- onderscheid alinea's door witregels
- benadruk kernwoorden in **vet** (niet met een onderstreping, want die associëren mensen met een hyperlink)
- bouw een tekst op volgens een omgekeerde piramide



Bronvermelding

- komt onder de tekst
- in cursief
- dient als verantwoording voor de geboden informatie en als doorverwijzing voor mensen die meer over een onderwerp willen weten
- bronnen kunnen boeken, artikelen, webpagina's zijn, bij voorkeur uit openbare collecties
- vermijd ellenlange lijsten, maximaal drie bronnen
- wijze van vermelding:
 - bij een boek: eerste auteur/redacteur, volledige titel en ondertitel, plaats en jaar van uitgave: Tiny Polderman en Peter Blom, *Veere, van vissersbuurt tot vestingstad*, Goes 1996.
 - bij een artikel: auteur, volledige titel en ondertitel, in: eerste redacteur, volledige titel boek, plaats en jaar van uitgave, paginanummers: Arno Neele, *De economie van de stad en de stedelingen*, in: Paul Brusse en Peter Henderikx, *Geschiedenis van Zeeland, dl. 1: Prehistorie-1550*, Zwolle 2012, 277-294.
 - bij een website: link naar de betreffende webpagina

Omvang

Richtlijn voor de omvang van een verhaal: minimaal 300 en maximaal 750 woorden.

Schrijfstijl

- Kies de woorden die de bezoekers gebruiken. Dus géén complexe, literaire teksten met verschillende stijlen en/of jargon. Leg wetenschappelijke begrippen en vaktaal uit.
- Gebruik verzorgde spreektaal, geen schrijftaal. Dus: 'over' in plaats van 'omtrent', 'voordat' in plaats van 'alvorens'. Je mag een zin beginnen met 'en', 'maar', 'echter', 'dus', 'omdat'. Functionele, eenvoudige taal is voor een website vaak beter dan grammaticaal correcte taal. Het gaat erom dat zinnen vloeiend lopen en duidelijk zijn.
- Gebruik ook (alledaagse) woorden waarmee mensen het onderwerp associëren. Dus laat bij de Abdij Middelburg woorden als klooster, monniken, Provinciehuis, Lange Jan terugkomen.
- Wees enigszins terughoudend met beeldspraak. Bezoekers kunnen het beeld niet altijd meteen aan de gedachtegang koppelen.
- Hou het kort. Schrap overbodige zinnen en woorden. Geef geen overbodige details. Geen herhalingen.

- *Gebruik korte zinnen en wissel ze af met een enkele langere zin. Zet niet te veel informatie in een zin en vermijd grammaticaal complexe zinnen. Vervang komma's door punten.*
- *Maak zoveel mogelijk actieve zinnen. Passieve vormen (worden/zijn ... door...) maken de stijl zwaar en onpersoonlijk.*
- *Breng onderscheid in tijd aan. Gebruik verleden tijd voor dingen die zich in het verleden afspeelden en tegenwoordige tijd voor dingen die zich in het heden afspelen.*
- *Spreek de bezoeker waar mogelijk rechtstreeks aan. Dus niet: Op deze site is meer informatie te vinden over..., maar: Lees meer over...*
- *Gebruik zo weinig mogelijk afkortingen. Wel afkortingen van eennamen die bekend zijn (ANWB, KLM) of bekende afkortingen (pc, cv).*
- *Vermijd verwijsworden als 'bovenstaand' of 'hiernavolgend'. Die zijn niet functioneel op een beeldscherm.*
- *Vermijd tangconstructies.*

Getallen:

- *getallen in cijfers bij specifieke informatie (geldt ook voor rangtelwoorden, dus bijvoorbeeld 19de eeuw)*
- *getallen in letters als ze geen specifieke feiten weergeven (bijv. honderden landverhuizers, de jaren zeventig)*
- *bij eenheden boven het miljoen: het aantal in cijfers en de rest in tekst*
- *(bijv. 2 biljoen)*

Afbeeldingen

- *Richtlijn: 1 afbeelding per 250 woorden.*
- *Gebruik afbeeldingen die functioneel zijn, die een concreet, veelzeggend beeld geven van hetgeen beschreven wordt.*
- *Gebruik alleen afbeeldingen die technisch van goede kwaliteit zijn, in zo hoog mogelijke resolutie.*
- *Wissel oud beeld (bijvoorbeeld reproducties van schilderijen, oude prenten, foto's) af met foto's van de huidige situatie.*
- *Elke afbeelding wordt voorzien van een bijschrift. Daarin is opgenomen: omschrijving van de voorstelling, datering, naam van de maker, rechthebbende en/of instelling.*

KERNPRINCIPES

- **Verbindt:** Leg verbanden tussen verleden, heden en toekomst.
- **Verduidelijk:** Vertaal specialistische kennis naar toegankelijke taal.
- **Maak het levendig:** Gebruik beeld, geluid en interactie om verhalen te laten spreken.
- **Veranker:** Plaats elk verhaal in de context van een object, een plek of een thema uit de collectie.

Een goed erfgoedverhaal **informeert én raakt**: het geeft informatie, maar wekt ook nieuwsgierigheid of herkenning.

Een goed verhaal op een erfgoedplatform is:

- 1) Informatief – het biedt feitelijke, betrouwbare kennis.
 - a) Denk aan bronvermelding indien nodig!
- 2) Toegankelijk – het is begrijpelijk voor iedereen.
 - a) Denk aan de gewone Zeeuw, toeristen, jongeren, laaggeletterden.
- 3) Verhalend – het gebruikt storytelling om context te scheppen.
 - a) [Leer hier meer over storytelling](#)
- 4) Visueel en digitaal sterk
 - a) Het is gemaakt voor beeldschermlezers, met beeld, geluid of kaartmateriaal.
- 5) Relevant
 - a) Het maakt duidelijk waarom dit erfgoed nú betekenis heeft.
 - b) Het legt een verbinding tussen materieel en immaterieel erfgoed

Kom je er niet uit? Mail ons dan via erfgoedplatform@dezb.nl.

© Team Erfgoedplatform
Middelburg, november 2025