



# Contentrichtlijnen museum.nl

## Schrijftips & beeldrichtlijnen

### **Wat bieden deze richtlijnen?**

Houd je je bezig met content voor museum.nl?

Dan zijn deze contentrichtlijnen je houvast.

In dit document vind je richtlijnen bij het schrijven van teksten, onze tone of voice, een checklist voor beeldgebruik, een SEO-checklist en algemene tips.

# /Inhoud\

Missie van de Museumvereniging	03
Museum.nl	03
Tone of voice	03
Checklist voor teksten	04
Checklist voor beelden	05
Specifieke schrijfwijzen	07
Richtlijnen voor SEO	08
Tips bij het schrijven	10

## Missie van de Museumvereniging

Alleen samen vertellen we het hele verhaal, het steeds veranderende verhaal van onze samenleving. Verhalen die we niet mogen vergeten. Als Museumvereniging stellen wij samen met ruim 400 musea het publieke belang van Nederlandse musea voorop. Met collecties verrassen en verrijken we museabezoekers, gemeenschappen en de maatschappij als geheel.

## Museum.nl

Om die verhalen te vertellen én bezoekers mee te nemen in onze collecties werken we momenteel aan de nieuwe website museum.nl. Deze website vervangt het huidige museumkaart.nl. Op museum.nl inspireren en informeren we bezoekers uit binnen- en buitenland. We tonen een groot aanbod aan musea en alle activiteiten zoals tentoonstellingen en workshops. Daarnaast krijgen pronkstukken een prominente plek op de website. Op museum.nl wordt het museale aanbod op een gebruiksvriendelijke manier zichtbaar én vindbaar gemaakt voor publiek. Het is van belang dat iedereen zich mede verantwoordelijk voelt voor het up to date houden van deze site. Richtlijnen voor de juiste tone of voice en richtlijnen bij het schrijven van teksten bieden daarbij hulp.

## Tone of voice

Wat is museum.nl? Wat is deze website voor mensen in Nederland en in het buitenland? En wat betekent dit voor hoe wij schrijven op museum.nl? Om ervoor te zorgen dat alle content van ruim 400 musea overzichtelijk en aantrekkelijk gepresenteerd wordt aan het publiek, streven we naar een passende tone of voice voor iedereen. Let er daarom op dat je tekst aan de volgende vier eigenschappen voldoet:

- ♦ **Persoonlijk en informeel**  
We zijn persoonlijk in onze communicatie. We schrijven op een informele manier. Dat betekent dat we onze bezoekers aanspreken met 'je'.
- ♦ **Inclusief en toegankelijk**  
We sluiten niemand buiten. In musea niet, maar ook online niet. We zijn er voor iedereen. Dat zie je aan ons brede aanbod. Waar we kunnen zoeken we de verbinding met elkaar op. Aan de hand van thema's.
- ♦ **Uitnodigend**  
We staan dichtbij onze (potentiële) museumbezoekers. Je voelt je welkom als je onze teksten leest.
- ♦ **Energiek**  
We klinken enthousiast en vlot. Teksten hebben een fijn ritme. Het kost geen enkele moeite om de tekst te lezen, hoe lang de tekst ook is.

# Checklist voor teksten

Dit zijn de punten die je afgaat voordat je de pagina opslaat en wilt publiceren.

## Richtlijn

### 1. Spreek de lezer aan met je/jij

### 2. Schrijf in spreektaal

### 3. Schrijf actief

### 4. Schrijf positief

### 5. Schrijf vanuit het perspectief van de lezer

## Toelichting

We spreken de lezers aan met je/jij. Geen u / uw. Door je te gebruiken blijven we persoonlijk in onze communicatie.

We schrijven zo veel mogelijk in spreektaal. We kiezen daarom ook voor een informele schrijfwijze.

**Voorbeeld:**

Kom binnen bij Aviodrome, waar je op 6000 m<sup>2</sup> meegenomen wordt in de meest boeiende en leerzame luchtvaartverhalen.

Schrijf in actieve vorm en gebruik de gebiedende wijs. Vermijd onnodige hulpwerkwoorden (worden, kunnen, zouden, zijn) en naamwoordstijl.

**Voorbeeld:**

*Wel:* Enthousiaste rondleiders vertellen je alles over de instrumenten.

*Niet:* Tijdens de rondleiding wordt door enthousiaste rondleiders alles verteld over de instrumenten.

Vermijd (dubbele) ontkenningen. Zeg liever hoe iets wel kan dan hoe iets niet kan.

**Voorbeeld:**

*Wel:* Je kunt telefonisch reserveren.

*Niet:* Je kunt niet online reserveren.

Verplaats je bij het schrijven van teksten in de lezer. Schrijf outside-in en benadruk wat het museum of evenement voor de lezer kan betekenen.

**6. Gebruik eenvoudige woorden /  
taalniveau B1 formele taal**

Gebruik eenvoudige woorden. Vermijd, afkortingen en jargon. Gebruik niet teveel lange woorden. Kun je een moeilijke term niet vermijden? Leg het dan uit. We streven naar taalniveau B1. Dit is een niveau dat voor het merendeel van de bevolking begrijpelijk is.

**Tip:** gebruik <https://ishetb1.nl/>

**7. Gebruik korte zinnen en knip lange zinnen op**

Gebruik maximaal 15-20 woorden in één zin. Houd het bij 1 mededeling per zin, en wissel korte en lange zinnen af.

**8. Gebruik korte alinea's**

Beperk je alinea tot maximaal 6 à 7 zinnen. Wordt de alinea langer? Zet er een tussenkop (=H2, H3, H4, etc.) boven.

**9. Begin met de belangrijkste informatie**

Zorg ervoor dat de lezer snel begrijpt wat het doel van de tekst is.

Museumpagina?

Weet de lezer dan direct wat het museum te bieden heeft?

Evenementenpagina?

Weet de lezer direct waar het evenement over gaat? En wanneer het evenement plaatsvindt?

**10. Maak gebruik van koppen**

Bestaat de tekst uit meerdere alinea's? Deel de tekst dan overzichtelijk in. Gebruik koppen om de scanbaarheid van de tekst te vergroten. Zoals een H2, H3 of een H4.

**11. Check de SEO-richtlijnen**

Zorg dat museumpagina goed vindbaar is in Google. Verwerk zoekwoorden en synoniemen daarvan in je lopende tekst. Zie ook de uitgebreide checklist verderop in dit document voor tips.

# Checklist voor beelden

## Formaten, resolutie, bestandtypes

Minimale afbeeldingsgrootte: 2880 x 1600px  
Resolutie: 72 dpi (tip: rechtermuisknop op foto > eigenschappen > details)

Maximale bestandsgrootte: 1Mb

Bestandsformaten: jpg, png of tiff (geen GIF)

## Inhoud beelden

- Gebruik aantrekkelijke foto's, met mensen, collectie items, overzicht van tentoonstellingen. Kortom, beelden die mensen aanspreken en prikkelen een bezoek te brengen aan het museum.
- Houd ruimte vrij in beeld i.v.m. bijnijden afbeelding
- Gebruik geen grafische elementen in het beeld (= tekst, grafische vormen of logo's)
- Geen gebruik van illustraties als hoofd beeldmateriaal
- Gebruik het liefst afbeeldingen in kleur en geen zwart wit foto's.
- Let bij buiten fotografie voor afwijkende kleuren gedurende de dag
- Geen reflectie en slagschaduw in de foto  
Gebruik geen volledig witte achtergronden
- Geen frontaal perspectief (= beeld vanaf een vaste plek, vanaf de voorkant)
- Gebruik op de museumpagina in de beeldencarrousel zowel beelden van het museumgebouw of -gebouwen maar ook juist van de collectie, tentoonstellingen en de sfeer binnen in het museum.

## Portretrecht

Zorg dat je rekening houdt met portretrecht en de AVG-regels. Als je foto's van mensen plaatst, zorg dan dat je de rechten van deze foto bezit.

# Specifieke schrijfwijzen

## Wat

### Getallen

## Hoe schrijf je het?

**1, 2, 3, 10, 100, 1.000, 1.000.000**

- We schrijven getallen altijd in cijfers, ook onder de 20
- Punten in duizendtallen of grotere getallen voor de leesbaarheid

### Bedragen

**€ 10**

- We gebruiken altijd het euroteken
- Spatie tussen euroteken en bedrag
- Geen ,- achter het bedrag

### Percentages

**20%**

- We schrijven percentages altijd met een procentteken

### Tijden

**17:30 uur**

- Scheid uren en minuten met een dubbele punt
- Schrijf altijd 'uur' achter de tijd

### Nederlandse telefoonnummers

**013 – 53 67 475**

- Netnummer en abonneenummer scheiden met een streepje
- Spaties rondom het streepje
- Eindigen met 3 cijfers

# Richtlijnen voor SEO (zoekmachineoptimalisatie)

Hoe zorg je ervoor dat mensen je pagina's in Google kunnen vinden? Het allerbelangrijkste: gebruik keywords. Dit zijn woorden die gebruikers intypen en waar ze op zoeken. Hieronder vind je een checklist voor het schrijven van SEO-proof webteksten.

## Checklist

1. Verwerk het belangrijkste zoekwoord (= primaire zoekwoord) op belangrijke plekken

2. Verwerk ook secundaire zoekwoorden in de tekst

3. Let erop dat het gebruik van zoekwoorden niet storend is

4. Heeft de pagina een goede titel (page title = H1 kop)

5. Heeft de pagina een goede meta description?

## Extra informatie

Zorg dat het belangrijkste zoekwoord op de volgende plekken staat:

- Titel pagina (=H1): liefst vooraan
- Meta description: liefst vooraan
- URL: liefst vooraan
- Elders in tekst: liefst in 1e alinea
- In 1 of meer koppen (= H2/H3)
- In 1 of meer linkteksten
- In bestandsnaam en alt-tekst van 1 of meer afbeeldingen

Denk aan: synoniemen, enkelvoud-meervoud en andere gerelateerde woorden in de content.

Het moet niet onnatuurlijk over komen. Je schrijft een tekst voor de bezoeker/lezer en niet voor Google.

- Unieke titel?
- Beschrijft duidelijk waar de pagina over gaat?
- Bevat het primaire zoekwoord, liefst vooraan?
- Eenvoudig en begrijpelijk? Zonder vaktaal, interne projectnamen etc.?
- Goede lengte (30-60 karakters)?
- In telegramstijl (zonder onnodige voorzetsels, lidwoorden ed.)?
- Bevat een reden om door te klikken of lezen, bijvoorbeeld een prikkelende tekst of call to action?

- Definitie: de tekst die je in Google ziet (ongeveer 120-155 tekens).
- Unieke meta description?
- Beschrijft duidelijk waar de pagina over gaat?



- Bevat het primaire zoekwoord, liefst vooraan?
- Eenvoudig en begrijpelijk? Zonder vaktaal, interne projectnamen etc.?
- Goede lengte (ongeveer 155 karakters)?
- Bevat een reden om door te klikken, bijvoorbeeld een prikkelende tekst of call to action?
- Is actief geschreven?

## 6. Bevat de pagina duidelijke links naar andere pagina's?

- Bevat de pagina links naar andere pagina's (als dat relevant is voor de bezoeker)? Bijvoorbeeld vanaf een museumpagina naar een evenement of pronkstuk.
- Beschrijft elke link duidelijk wat de bestemming is (dus geen 'lees meer' of 'klik hier', maar wel: Ontdek evenement x)?
- Bevat de link het primaire zoekwoord van de pagina waar je naar verwijst?
- Is de linktekst kort (niet meer dan 5-7 woorden)?
- Is de linktekst actief geschreven (bijvoorbeeld 'Ontdek dit evenement')?
- Komt de linktekst sterk overeen met de H1 van de pagina waar de link naar verwijst?
- Is de visuele content (afbeeldingen, video's, infographic) geschikt voor zoekmachines?
- Inhoud video of infographic ook beschikbaar als tekst (bijvoorbeeld als infographic)?
- Afbeelding waar nodig verkleind, om impact op laadtijd te beperken?
- Afbeelding heeft een begrijpelijke bestandsnaam, inclusief relevante zoekwoorden?

## 7. Hebben de afbeeldingen goede alt-teksten?

- Alt-tekst vertelt de zoekmachine waar de afbeelding over gaat.
- Alt-tekst bij elke afbeelding (maar alleen als de afbeelding betekenisvol is en iets toevoegt aan de tekst op de pagina)?
- Duidelijke beschrijving van wat er op de afbeelding te zien is?
- Bevat primaire zoekwoord?
- Kort, maximaal 100 karakters?

## 8. Kwalitatief goede content?

- Unieke en onderscheidende content?
- Actueel en correct?
- Gericht op doel en informatiebehoefte van bezoeker?
- Voldoende diepgang?

# Tips bij het schrijven

Twijfel je over spelling, of over een taalkwestie?

Raadpleeg dan een naslagwerk. Bekijk hieronder een overzicht.

## Onderwerp

Check spelling

Check grammatica

Check taalniveau

Synoniemen

## Website

[Woordenlijst.org](http://Woordenlijst.org) (Groene Boekje online)

[Taaladvies.net](http://Taaladvies.net)

[Website van Onze Taal](http://Website van Onze Taal)

[Ishetb1.nl](http://Ishetb1.nl)

[Zoekeenvoudigewoorden.nl](http://Zoekeenvoudigewoorden.nl)

[Accessibility leesniveau tool](http://Accessibility leesniveau tool)

[Synoniemen.net](http://Synoniemen.net)

