

Handboek zakelijk Engels

Andrew en Astrid Baxter

Boom

Meer informatie over deze en andere uitgaven kunt u vinden via www.boomuitgeversamsterdam.nl

© 2016 Andrew en Astrid Baxter
© 2016 Boom uitgevers Amsterdam

1^e druk 2004
3^e druk 2016

Zetwerk: Holland Graphics, Amsterdam
Omslagontwerp: Studio Bassa, Culemborg

ISBN 978 90 5875 455 4
NUR 632

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

Inhoud

	Voorwoord	9
I	Engels op de werkvloer	11
1	Inleiding	13
1.1	<i>Het belang van correct Engels</i>	13
1.2	<i>Wat voor Engels?</i>	13
1.3	<i>Culturele aspecten</i>	14
1.4	<i>Europa vs. Amerika</i>	15
1.5	<i>Veelvoorkomende situaties op de werkvloer</i>	15
2	Schriftelijk communiceren	17
2.1	<i>Subject line</i>	17
2.2	<i>Aanhef</i>	17
2.3	<i>Lay-out</i>	18
2.4	<i>Afsluiting</i>	18
2.5	<i>Correct taalgebruik</i>	20
2.6	<i>Legal disclaimer</i>	21
2.7	<i>Bruikbare zinnen</i>	21
2.8	<i>Veelvoorkomende vormen van correspondentie</i>	24
2.9	<i>Memo's</i>	34
2.10	<i>Met-vriendelijke-groetenkaartjes</i>	35
2.11	<i>Wenskaarten</i>	35
2.12	<i>Sociale media: LinkedIn, Facebook, Twitter</i>	37
3	Rapporteren	43
3.1	<i>De opbouw van een rapport</i>	43
3.2	<i>De kern van een rapport</i>	44
3.3	<i>De vaste tekstonderdelen van een rapport</i>	53
3.4	<i>Tabellen en grafieken</i>	62
3.5	<i>Toon en stijl</i>	64
4	Telefoneren	67
4.1	<i>Algemene tips</i>	67

4.2	<i>Zelf iemand opbellen</i>	67
4.3	<i>Gebeld worden</i>	70
4.4	<i>Conference calls</i>	72
4.5	<i>Hardop spellen</i>	73
4.6	<i>Veelvoorkomende woorden en zinnen</i>	75
5	Presenteren	77
5.1	<i>Algemene aandachtspunten</i>	77
5.2	<i>Overgangen maken</i>	78
5.3	<i>Omgaan met vragen</i>	82
5.4	<i>Visuele hulpmiddelen</i>	83
5.5	<i>Je presentatie aan elkaar praten</i>	89
5.6	<i>PowerPoint-tips</i>	90
6	Vergaderen	93
6.1	<i>Typische vergadertaal</i>	93
6.2	<i>Het beleggen van een vergadering en de agendapunten</i>	97
6.3	<i>Voorbeeldzinnen voor vergadersituaties</i>	101
6.4	<i>Notulen</i>	109
7	Onderhandelen	115
7.1	<i>Fasen in een onderhandeling</i>	115
7.2	<i>Het onderhandelingsproces in het Engels</i>	117
8	De arbeidsmarkt: personeel werven en solliciteren	127
8.1	<i>Personeelsadvertenties</i>	127
8.2	<i>Ontvangstbevestiging</i>	136
8.3	<i>Kandidaten uitnodigen voor een sollicitatiegesprek</i>	136
8.4	<i>Het sollicitatiegesprek</i>	137
8.5	<i>Referenties natrekken</i>	141
8.6	<i>Een baan aanbieden</i>	142
8.7	<i>Een sollicitant afwijzen</i>	142
8.8	<i>Aanbevelingsbrieven</i>	144
8.9	<i>Visitekaartjes</i>	146
8.10	<i>Sollicitatiebrieven</i>	148
8.11	<i>Curriculum vitae</i>	150
9	Externe communicatie: websites, brochures en persberichten	159
9.1	<i>Basisprincipes</i>	159
9.2	<i>Websites</i>	161
9.3	<i>Brochures</i>	164
9.4	<i>Persberichten</i>	167
9.5	<i>Vocabulaire voor marketingcommunicatie</i>	174

10	Sociale gelegenheden	177
10.1	<i>Een praatje maken</i>	177
10.2	<i>Conferenties</i>	180
10.3	<i>Feestjes en recepties</i>	181
10.4	<i>Uit eten</i>	183
10.5	<i>Praten over je werk</i>	185
10.6	<i>Mensen uitnodigen</i>	185
10.7	<i>Afscheid nemen</i>	190
II	Taalkundige valkuilen	193
11	Grammatica	195
11.1	<i>Verwijzing naar de verleden tijd: gebruik de onvoltooid verleden tijd</i>	195
11.2	<i>Zinnen met if en when</i>	196
11.3	<i>'Zou' niet vertalen met should</i>	199
11.4	<i>Asking, advising en recommending</i>	199
11.5	<i>Enkelvoud of meervoud?</i>	201
11.6	<i>Which of what?</i>	202
11.7	<i>Koppen en titels in het Engels</i>	204
11.8	<i>Dangling constructions</i>	206
11.9	<i>Inversie van onderwerp en persoonsvorm</i>	208
12	Spelling	209
12.1	<i>De spellingchecker</i>	209
12.2	<i>Veelgemaakte spelfouten</i>	210
13	Leestekens	223
13.1	<i>De leestekens op een rijtje</i>	223
13.2	<i>Checklist voor interpunctie</i>	224
13.3	<i>Veelgemaakte fouten met leestekens</i>	228
14	Woordkeuze	235
14.1	<i>Voorzetsels</i>	235
14.2	<i>Afkortingen</i>	235
14.3	<i>Vertaling van het Nederlandse 'er'</i>	236
14.4	<i>'Het is' en 'het zijn'</i>	237
14.5	<i>In case</i>	238
14.6	<i>Please</i>	240
14.7	<i>Negatieve bijvoeglijke naamwoorden</i>	240
14.8	<i>False friends</i>	242
15	Verschillen tussen Brits- en Amerikaans-Engels	249
15.1	<i>Grammatica</i>	249
15.2	<i>Spelling</i>	251

15.3	<i>Vocabulaire</i>	253
15.4	<i>Algemene verschillen</i>	257
III	Verbeter je stijl	259
16	Helder en concreet formuleren	261
16.1	<i>De juiste woorden</i>	261
16.2	<i>De juiste zinnen</i>	263
16.3	<i>De juiste volgorde</i>	264
16.4	<i>De juiste balans</i>	266
16.5	<i>De juiste dynamiek</i>	269
16.6	<i>De juiste uitstraling</i>	273
17	Structuur verhelderen	277
17.1	<i>Tijdsbepalingen</i>	277
17.2	<i>Opsommen</i>	279
17.3	<i>Samenvatten</i>	279
17.4	<i>Toevoegen</i>	280
17.5	<i>Toespitsen en herformuleren</i>	281
17.6	<i>Voorbeelden geven</i>	281
17.7	<i>Oorzaak</i>	282
17.8	<i>Reden</i>	283
17.9	<i>Overtuigen</i>	284
17.10	<i>Vergelijkingen</i>	284
17.11	<i>Tegenstellingen</i>	285
17.12	<i>Uitzonderingen</i>	286
18	Algemene principes van correcte stijl	289
18.1	<i>Sekseneutraal taalgebruik</i>	289
18.2	<i>Over Nederlandse begrippen schrijven</i>	290
18.3	<i>Namen van landen, plaatsen en nationaliteiten</i>	291
18.4	<i>Getallen in Engelse teksten</i>	293
18.5	<i>Lijsten</i>	295
18.6	<i>Streepjes in bijvoeglijk gebruikte woordcombinaties</i>	298
IV	Bijlagen	301
	Bijlage 1 Afkortingen	303
	Bijlage 2 Nuttige instanties en websites	311
	Geraadpleegde literatuur	313
	Index	315

Voorwoord

Deze derde, herziene editie van het *Handboek zakelijk Engels* is een opgefriste versie van onze tweede uitgave in 2011. De focus van de herziening ligt op de eerste twee hoofdstukken, waarvan de inhoud meer in lijn is gebracht met de hedendaagse praktijk. Nieuwe inzichten zijn verwerkt en we hebben rekening gehouden met de sterk veranderde omgeving waarin het zakelijk verkeer plaatsvindt, met name op het gebied van digitale communicatie.

Dit boek is bedoeld voor iedereen die tijdens werk of studie met het Engels te maken heeft of krijgt en al een goede basiskennis heeft. Het is dan ook geen grammatica-boek of leerboek, maar een handig naslagwerk vol bruikbare voorbeelden en tips om op een verantwoorde wijze met het Engels om te kunnen gaan in een werk-omgeving.

Deel 1 is het meest omvangrijk en behandelt verschillende situaties op de werkvloer waarbinnen het Engels regelmatig wordt gehanteerd. Zo kun je per situatie opzoeken hoe je je kunt voorbereiden op bijvoorbeeld vergaderingen, onderhandelingen of sociale gelegenheden. Je kunt nakijken of er nog bepaalde zaken zijn waarmee je je rapporten, e-mails of brochures doeltreffender kunt maken en wat voor soort Engels je in welke omstandigheden het beste kunt gebruiken. Verder vind je in de diverse hoofdstukken veel informatie en handige voorbeeldzinnen waarmee je overtuigender overkomt in het Engels.

In deel 2 vind je vijf hoofdstukken waarin beruchte taalkundige struikelblokken worden behandeld op het gebied van grammatica, spelling, interpunctie en woordkeuze. Als je daar regelmatig een blik op werpt, zul je onbewust gemaakte fouten steeds vaker weten te voorkomen. Dit deel gaat tevens in op de verschillen tussen het Brits- en het Amerikaans-Engels.

Deel 3 is gewijd aan het verbeteren van je stijl in het Engels. Hier vind je tips om duidelijk en concreet te formuleren en de structuur van je tekst te verhelderen.

Omdat bij verschillende thema's en onderwerpen soms dezelfde kwesties relevant zijn, zul je af en toe wat herhaling tegenkomen. Dit is een bewuste keuze. Je ziet dan steeds in één oogopslag alle relevante informatie bij elkaar, waardoor je minder

snel een punt mist. Uiteraard verwijzen we ook regelmatig naar andere hoofdstukken als dat relevant is.

Dit boek is tot stand gekomen dankzij de hulp en input van vele collega's, klanten en vakgenoten. Het werken met taal is een dynamische bezigheid en wij waarderen het enorm dat we met zo veel mensen uit zo veel verschillende vakgebieden iedere dag weer zo prettig kunnen samenwerken.

Andy en Astrid Baxter
Hilversum, januari 2016

I Engels op de werkvloer

- 1 Inleiding
- 2 Schriftelijk communiceren
- 3 Rapporteren
- 4 Telefoneren
- 5 Presenteren
- 6 Vergaderen
- 7 Onderhandelen
- 8 De arbeidsmarkt: personeel werven en solliciteren
- 9 Externe communicatie: websites, brochures en persberichten
- 10 Sociale gelegenheden

Het Engels is niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. Helemaal met de opkomst van internet wordt het Engels steeds meer gebruikt om wereldwijd te communiceren. Ook in het bedrijfsleven is de grote rol van het Engels duidelijk merkbaar. Bedrijven hebben steeds vaker klanten in het buitenland en nemen ook regelmatig niet-Nederlandse werknemers aan. Om goed met iedereen te kunnen blijven communiceren, is er een gemeenschappelijk taal nodig, en het Engels ligt dan al snel voor de hand. Bij sommige multinationals is het Engels zelfs de officiële voertaal en communiceren alle werknemers met elkaar in het Engels. Als gevolg van deze toenemende internationalisering en de globalisering moeten daarom steeds meer mensen voor hun werk het Engels op hoog niveau beheersen. De volgende tien hoofdstukken helpen je op weg in verschillende situaties op de werkvloer.

1 Inleiding

Het Engels is een belangrijk internationaal communicatiemiddel. In de internationale politiek en het toerisme, maar ook in het bedrijfsleven, het onderwijs en op internet is het Engels wereldwijd een belangrijke *lingua franca*: een taal die wordt gebruikt als gemeenschappelijk communicatiemiddel tussen mensen met verschillende moedertalen. Om effectief in het Engels te kunnen communiceren, is het belangrijk ervoor te waken dat er geen misverstanden ontstaan door foutief of onduidelijk taalgebruik, schriftelijk dan wel mondeling.

1.1 Het belang van correct Engels

De meeste Nederlanders kunnen zich redelijk verstaanbaar maken in het Engels. Natuurlijk worden er fouten gemaakt, maar hoe erg is dat eigenlijk? Bij het converseren in het Engels kan een (niet al te zwaar) accent en een enkele grammaticale fout geen kwaad. Maar zodra fouten tot verwarring of misverstanden leiden, verandert de zaak – zeker in het bedrijfsleven. Het is daarom belangrijk om het ‘standaard-Engels’ zo goed mogelijk te beheersen.

1.2 Wat voor Engels?

De vele soorten Engels die er zijn in de wereld vormen soms een struikelblok. Willen we in het Brits-Engels of het Amerikaans-Engels communiceren, of gewoon ‘internationaal’? We staan daar vaak onvoldoende bij stil. De verschillen zijn weliswaar subtiel, maar het staat slordig als je allerlei varianten door elkaar gebruikt, vooral in het geschreven Engels. Je zult dus een bewuste keuze moeten maken.

Om te weten welk soort Engels bij jou of je werkomgeving past, moet je eerst bedenken wie je doelgroep is. Richt je je activiteiten specifiek op de Verenigde Staten, dan ligt het gebruik van Amerikaans-Engels (en dus ook de Amerikaanse spelling) voor de hand. Richt je je daarentegen specifiek op Groot-Brittannië of Europa, dan kun je beter Brits-Engels gebruiken. Bedenk ook dat het nogal vreemd kan overkomen als een sterk Europees georiënteerd bedrijf het Amerikaans-Engels als voertaal hanteert.

Veel bedrijven gebruiken het Engels voor een internationale (wereldwijde) doelgroep, waarvan de meeste mensen het Engels niet als moedertaal hebben. Je moet dan evengoed een keuze maken tussen de Britse of Amerikaanse spelling, maar je tekst mag wat betreft woordgebruik niet te specifiek Brits of Amerikaans zijn. En zorg er ook voor dat je woordgebruik niet te complex of te idiomatisch is, anders loop je het gevaar dat mensen je boodschap niet goed begrijpen.

In dit boek zullen we je steeds wijzen op verschillen tussen Brits-Engels en Amerikaans-Engels. Daarbij maken we gebruik van de afkortingen BrE (*British English*) en AmE (*American English*).

1.3 Culturele aspecten

Goed communiceren in het Engels is uiteraard niet alleen een kwestie van de juiste grammatica- of spellingregels toepassen. Ook culturele verschillen tussen Nederland en Engelstalige landen kunnen in mondelinge en schriftelijke communicatie een belangrijke rol spelen. Denk bijvoorbeeld aan het verschil tussen de manier waarop Amerikanen en Nederlanders de wereld bekijken. Amerikanen zijn over het algemeen zeer optimistisch ingesteld en stellen de zaken (en zichzelf) vaak wat mooier voor dan ze eigenlijk zijn. In Nederland is men over het algemeen wat nuchterder en pragmatischer van aard. ‘Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg’ en ‘Niet je hoofd boven het maaiveld uitsteken’ zijn gevleugelde uitdrukkingen die de Nederlandse volksaard goed typeren.

Ook de welbekende Nederlandse directheid kan tot problemen leiden. Als je dezelfde directe stijl in het Engels toepast, kom je in andere culturen al snel bot over. ‘Afspraak is afspraak’ betekent niet overal hetzelfde. In andere culturen kan het heel normaal zijn om naar gepasseerde stations terug te keren, hoe frustrerend dit soms ook is.

Ondanks hun directheid, zijn Nederlanders meestal niet snel geneigd om tijdens een officiële gelegenheid zomaar een gesprek met een onbekende te beginnen. Nederlanders houden altijd een zekere mate van afstand. Dit kan op Engelstaligen overkomen als onverschilligheid. Een voorbeeld van deze eigenschap is de gewoonte van Nederlanders om te blijven zitten op feestjes en zich niet te begeven onder mensen die ze niet kennen. In Engelstalige landen zijn er bij dergelijke gelegenheden vaak geen stoelen of zitplaatsen. Dit maakt het gemakkelijker om regelmatig van gesprekspartner te wisselen. Iets wat ook van de aanwezigen verwacht wordt.

1.4 Europa vs. Amerika

Er zijn ook belangrijke verschillen tussen de West-Europese (inclusief de Britse) cultuur enerzijds en de Amerikaanse cultuur anderzijds, bijvoorbeeld in hoe men zichzelf en zijn waren of diensten aanprijst. Dit komt onder andere tot uiting in het *curriculum vitae* (of *résumé*, zoals Amerikanen het doorgaans noemen). Vanwege de Amerikaanse mentaliteit om zichzelf als *the best* aan te prijzen en ook door de competitieve aard van de meeste Amerikanen, proberen sollicitanten vaak hun capaciteiten en werkverleden in zeer positieve bewoordingen aan de man te brengen. Amerikaanse werkgevers weten doorgaans goed hoe ze dit soort beschrijvingen moeten interpreteren en relativeren. Europeanen worden hier soms door geïmponeerd of beschouwen het juist als Amerikaanse bravoure. Zij zijn eerder geneigd zaken weer te geven zonder enige vorm van *window dressing*. Dat betekent echter ook dat Europese sollicitanten bij Amerikaanse bedrijven kunnen worden gezien als zwakkere kandidaten met een gebrek aan zelfvertrouwen, terwijl er alleen maar sprake is van culturele verschillen. Zeker iets om rekening mee te houden in het internationale circuit!

1.5 Veelvoorkomende situaties op de werkvloer

In de volgende hoofdstukken bespreken we het gebruik van het Engels in veelvoorkomende situaties op de werkvloer. Zo kun je per situatie een bepaald hoofdstuk nalezen en bekijken in hoeverre de voorbeeldzinnen of tips bruikbaar kunnen zijn, of het nu gaat om het schrijven van een e-mail of het invullen van een profiel op LinkedIn, het geven van een presentatie of het voorbereiden van belangrijke onderhandelingen.