

Tone of voice

Onze verbale identiteit bepaalt hoe we willen klinken. We drukken uit met woorden wat Waregem uitstraalt: deuredoenders, de ondernemende dynamiek, de kadans en het ritme dat onze stad typeert. Daarmee onderscheiden we ons van andere steden.

Wat we zeggen is heel belangrijk, hoe we het zeggen is minstens even belangrijk. Onze manier van schrijven en spreken bepaalt mee hoe onze stad overkomt. Daarom bepalen we een tone of voice, die we altijd behouden. Die duidelijk herkenbare stem is overal voelbaar en klinkt uniform. Deze toon verschilt per kanaal (website, stadsmagazine, nieuwsbrieven, sociale media ...) en per doelgroep (interne medewerkers, inwoners, toeristen, ondernemers ...).

Mensen zullen niet altijd onthouden wat je precies gezegd hebt, maar wel HOE ze zich daarbij VOELLEN. Daarom is het belangrijk om deze aanbevelingen te volgen.

Algemene aanbevelingen voor een gepaste toon

- Probeer steeds een positieve toon te geven aan de communicatie. Benoem liever de oplossing dan het probleem. Waar dat niet kan, is eerlijkheid op zijn plaats.
- Schrijf actief, vlot en helder (zie 'Vlot leesbare tekst' onder Algemene afspraken)
- Waregem is de stad in galop. Verwerk dat ritme en die dynamiek in de schrijfstijl.

Algemene aanbevelingen per doelgroep

Stem je communicatie altijd af op de doelgroep waarmee je communiceert.

- Gebruik woorden en beelden waar ze mee vertrouwd zijn.
- Schrijf zoals je spreekt en raak de juiste snaar.
- Spreek de lezer persoonlijk aan. Dat verkleint de afstand en versterkt je boodschap.
- Houd iemand specifiek voor ogen als je schrijft, geen anonieme groep.
- Gebruik nooit uitroeptekens.

Formele communicatie

Deze communicatie is altijd professioneel, betrouwbaar, helder en toekomstgericht.

- Communiceer zakelijk, maar met een menselijke toets. Formele documenten mogen nuchter en goed gestructureerd zijn, maar wel met een onderliggende warmte die stad Waregem typeert.
- Duidelijk en transparant: zoek verbinding met je publiek en etaleer jezelf als een betrouwbare partner.
- Gebruik heldere taal, geen stadhuiswoorden.
- Vaktermen zijn toegelaten, maar je licht ze wel altijd toe.

Externe communicatie naar inwoners

Deze communicatie is altijd empathisch, toegankelijk, inclusief en concreet.

Onze inwoners verdienen heldere communicatie. Zo begrijpen alle inwoners ons goed. Ook wie het Nederlands minder goed beheerst.

- Geen wollige of vage taal: inwoners willen snel en goed geholpen worden. Ze zoeken informatie, geen marketingpraatjes.
- Gebruik waar mogelijk verhalen: persoonlijke getuigenissen en concrete voorbeelden van inwoners maken resultaten en oplossingen tastbaar.
- Geen afstandelijke of formele taal: wel een vriendelijke, open en laagdrempelige stijl.
- Blijf empathisch, ook bij moeilijke boodschappen.

Externe communicatie naar ondernemers

Deze communicatie is altijd actief, dynamisch, informatief en hulpvaardig.

Ondernemers verwachten dat ze efficiënt geholpen worden. Ze willen hun eigen dynamiek herkennen in de dienstverlening en de communicatie van stad Waregem.

- Wij zijn een stad van deuredoenders: het mag en moet vooruitgaan. Communicatie naar handelaars en ondernemers is daarom zakelijk en snel, maar is tegelijk attent/vriendelijk en wekt vertrouwen op.
- Focus op nabijheid en maatwerk: vertaal complexe materie naar eenvoudige, empathische communicatie die de mens in de ondernemer vooruithelpt.

Externe communicatie naar toeristen en bezoekers

Deze communicatie is altijd uitnodigend, menselijk, fier en verrassend.

In Waregem verwelkomen we iedereen. Want ons centrum en deelgemeenten mogen gezien zijn. Waregem is de trotse paardenstad en overstijgt tegelijk de soms oppervlakkige clichés die dat beeld met zich meebrengt.

- Wees niet te bescheiden over Waregem. Wij zijn geen grootstad, maar hebben toch best veel te bieden. (citybranding)
- Communiceer wervend en behulpzaam. Toeristen worden graag verleid. Zorg dat de communicatie klopt met wat ze mogen verwachten. Hierbij mag je verrassend uit de hoek komen, zonder te veel te beloven.

Interne communicatie

Deze communicatie is altijd motiverend, verbindend, waardierend en menselijk.

Elke dag maken alle collega's het verschil. Samen bouwen we aan een stad waar iedereen zich thuis voelt en aan een werkplek waar iedereen zich gewaardeerd voelt.

- Focus op waardering, erkenning en zingeving: Waregem als werkgever die inzet op menselijkheid en groeikansen.
- Open en transparant: betrek medewerkers en collega's bij beslissingen, ook hun stem en inzet telt.
- Inspirerend en trots: motiveer collega's door de impact van hun werk te tonen. Besteed aandacht aan elk type werk, want elke medewerker is even belangrijk.
- Spreek over 'medewerkers' of 'collega's', maar niet over 'personeel'.

Algemene afspraken

Vlot leesbare tekst

We streven zowel in onze interne als externe communicatie naar taalniveau B1.

Je plaatst sowieso de burger centraal, niet de dienst.

- Titels zijn kort maar krachtig, en bij voorkeur niet meer dan 6 woorden.
- We schrijven in korte zinnen van 10 tot 15 woorden. Liever twee korte zinnen dan één lange.
- Heldere woordkeuzes, zoveel mogelijk zonder jargon, vaktermen en afkortingen. In het uitzonderlijke geval dat je toch een vakterm moet gebruiken: leg de term uit. Ook als je een afkorting gebruikt, schrijf je die de eerste keer voluit.
- Actieve zinsconstructies hebben meestal de voorkeur. Vermijd zeker de woorden worden, zullen en men. Dat maakt je tekst automatisch actiever.

Bijvoorbeeld:

- Het fietspad in de straat wordt aangepakt.
 - ▶ De stad pakt het fietspad in de straat aan.
- Je wordt verzocht om je documenten mee te brengen.
 - ▶ Breng zeker je documenten mee.
- Je zal nog een brief krijgen over het afvalbeleid.
 - ▶ Je krijgt nog een brief over het afvalbeleid.
- Leegstandbelasting zal moeten worden betaald.
 - ▶ Je moet leegstandbelasting betalen.
- Men verwacht veel volk.
 - ▶ Er zal veel volk aanwezig zijn.
- Men wordt tijdig op de afspraak verwacht.
 - ▶ Kom op tijd op je afspraak.
- We splitsen nooit woorden aan het eind van een regel.
- Teksten zijn altijd links uitgelijnd (en dus ook niet opgevuld).

Scanbare tekst

Elke brief, mail, artikel ... is scanbaar. De lezer kan er snel doorgaan en ziet de essentie onmiddellijk. Enkele goede manieren om dat te bereiken zijn:

- Zet de belangrijkste info eerst.
- Deel je tekst op in alinea's.
- Gebruik tussentitels.
- Liever een enter te veel dan te weinig.
- Gebruik opsommingstekens. Bestaat de opsomming uit zinnen, begin de zin met een hoofdletter en eindig met een leesteken.

Opsommingen

- Schrijf opsommingen bij voorkeur niet in een doorlopende tekst. Gebruik in de plaats opsommingstekens of nummers/ letters bij opeenvolgende acties.
- Beperk de opsommingen tot twee niveaus.
- Opsomming die bestaat uit zinnen: begin elke zin met een hoofdletter en eindig met een leesteken.
- Opsomming die bestaat uit woorden of woordgroepen: begin met een kleine letter en geen leesteken aan het einde.

Nadruk leggen: vet, onderstrepen, cursief en aanhalingstekens

- Een woord, woordgroep of maximaal één zin benadruk je door het vet te zetten. Zet geen volledige alinea's in vet.
- Onderstreep geen woorden, want dat wijst op een hyperlink.
- Cursieve tekst gebruiken we enkel bij vermeldingen van titels van boeken, films, voorstellingen, liedjes, leenwoorden ... in volzinnen.
- Dubbele aanhalingstekens dienen enkel om letterlijk te citeren. Enkele aanhalingstekens vermijden we zoveel mogelijk.

Digitale richtlijnen

- Linkteksten zijn altijd beschrijvend en wervend. Ze zijn ook kort, duidelijk en bevatten een call to action.
 - NIET: klik hier.
 - WEL: 'Lees meer over dit evenement' of 'Schrijf je in'.
- Schrijf het woord 'e-mail' nooit voor een e-mailadres.
- Schrijf het woord 'website' nooit voor een URL.
- Vermeld zoveel mogelijk [www.](#) als je een URL vermeldt.

Datum en tijd in tekst

Datums en dagen in tekst schrijven we altijd voluit. Bijvoorbeeld: "Vandaag zijn we zondag 1 februari." Vaak is het jaartal vermelden overbodig, behalve bij een jaarovergang.

- Komt een jaartal apart voor? Schrijf het dan voluit. Bijvoorbeeld niet '26, maar wel 2026.

Ook tijdsaanduidingen in tekst schrijven we altijd voluit. Bijvoorbeeld: "De opleiding begint om 11.30 uur." Schrap ook altijd overbodige nullen.

- Tijdsaanduidingen later dan 12 uur 's middags staan altijd in de 24-uursaanduiding.
- Schrijf een tijdsduur voluit. Bijvoorbeeld: "Het evenement loopt van 9 tot 13.45 uur."
- Bij een opsomming van meer dan twee tijdstippen of tijdsduren gebruik je een opsomming met bullets (niet meer in de volzin). De woorden 'van' en 'tot' kunnen dan vervangen worden door een koppelteken.

Bijvoorbeeld:

9 - 11.45 uur	van 9 tot 11.45 uur
12.30 - 13 uur	van 12.30 tot 13 uur
13.30 - 16 uur	van 13.30 tot 16 uur

Datum en tijd op grafische publicaties

Ook op grafische publicaties zoals affiches, flyers, kalenders ... schrijven we data en uren voluit. Enkel bij plaatsgebrek kan je de naam van de maand of de dag van de week afkorten.

- Maanden: jan, feb, mrt, apr, mei, jun, jul, aug, sep, okt, nov, dec
- Dagen: ma, di, wo, do, vr, za, zo

Getallen

Deze getallen in een tekst schrijf je in **letters**:

- getallen tot en met twintig
- tientallen tot en met honderd

Deze getallen in een tekst schrijf je in **cijfers**:

- getallen boven de twintig
- cijfers bij exacte waarden: maten, gewichten, temperaturen, jaartallen, percentages, euro ... Bijvoorbeeld: 30 km/u, 10 cm, 80 kg, 19 °C, 75%
- combinaties in één zin, als er anders een mix van letters en cijfers ontstaat

Tips bij getallen in cijfers:

- Zorg dat een getal nooit gesplitst wordt op het einde van een regel.
Tip: gebruik hiervoor ctrl-shift-spatie, zo blijft je getal op één regel.
- In getallen met meer dan vier cijfers voor de komma groepeer je de cijfers per drie. Als scheidingstekens gebruiken we een spatie (geen punt).
Bijvoorbeeld: 220 000 folders, 3 000 000 inwoners.
De enige uitzonderingen zijn jaartallen en postcodes.
- Als decimaalteken gebruik je een komma (geen punt). Bijvoorbeeld: 3,5 euro.
- Bij rangtelwoorden groter dan twintig gebruiken we altijd een e. Dat is in superscript (°) als het kan, in gewone letter als het niet kan.
Bijvoorbeeld: 37°.

Euro

In tekst schrijven we euro altijd voluit en in kleine letters.

Bijvoorbeeld: "Dat kost 15 euro."

- Zijn er geen decimalen in het bedrag? Vermeld ze dan niet (dus niet 20,00 euro).
- Enkel in een tabel gebruiken we het symbool € voor het bedrag, gevolgd door een spatie. Bijvoorbeeld: € 15.

Telefoonnummers

Rangschik de cijfers van rechts naar links per twee, gescheiden door een spatie. Het zonenummer, bijvoorbeeld 056 of bij een gsm 0498, blijft wel samen.

- Schrijf geen punten of strepen tussen de getallen.
- Een andere rangschikking is oké als die makkelijker te onthouden is. Bijvoorbeeld: 078 170 170 (Card Stop) of 1722 (brandweerhulp bij storm of wateroverlast).
- Gebruik geen afkortingen zoals 'tel.', 'T' of 'gsm' als je telefoonnummers vermeldt.

Adressering en adressen

We gebruiken één regel per gegeven.

- naam van de ontvanger
- functie (optioneel)
- naam van de organisatie of afdeling (optioneel)
- straat, huisnummer, busnummer of postbus: gegevens gescheiden door een spatie
- postcode, gemeente: gegevens gescheiden door een spatie
- land (enkel bij buitenlandse post): in hoofdletters

Voorbeelden:

Jessy Maes	Sam De Schrijver	Gezondste Organisatie
Grote Laan 15	Afdelingshoofd R&D	Postbus 800
8790 Waregem	Innovations nv	1000 Brussel
	Stationsstraat 4 bus 1	
	9999 Gemeentegem	

Aanspreking in brieven en e-mails

De keuze van de aanspreking is bepaald door de context. 'Geachte' is het formeelst, 'Beste' is informeler en persoonlijker. De meest informele aanhef is 'Beste' of 'Dag' in combinatie met de voornaam. **Na elke aanspreking schrijf je sowieso een komma.**

'Geachte' gebruik je als je nadrukkelijk respect of beleefdheid wilt uitdrukken.

Bijvoorbeeld: Geachte mevrouw Peeters (als je zeker weet dat de persoon met mevrouw wil worden aangesproken), Geachte Pascal Vertriest, Geacht bestuurslid, Geachte redactie, meneer de voorzitter. Enkel als je geen naam, functie of rol kent, gebruiken we 'Geachte' zonder toevoegsel.

'Beste' gebruik je als je de persoon op een beleefde maar toch persoonlijke manier wilt aanspreken.

Bijvoorbeeld: Beste meneer Taelman (als je zeker weet dat de persoon met meneer wil worden aangesproken), Beste T. Kasmi, Beste klant, Beste bewoner. Enkel als je geen naam, functie of rol kent, is de aanspreking 'Beste' zonder toevoegsel mogelijk. In een e-mail is in dat geval een begroeting zoals Goedemorgen, Goedemiddag, Goedenavond, Dag of Hallo mogelijk.

Spreek geadresseerden enkel aan **met de voornaam** als je ze persoonlijk kent of als het om een minderjarige gaat. De voorvoegsels kunnen zowel 'Beste', 'Dag' of 'Hallo' zijn.

Bijvoorbeeld: Beste Howard, Dag Nathalie, Hallo Fatma.

E-mailadressen en URL's

- Gebruik allemaal kleine letters, zonder spaties.
- Splits nooit een e-mailadres of URL op het einde van een regel.
- Schrijf het woord 'e-mail' nooit voor een e-mailadres. Schrijf het woord 'website' nooit voor een URL.
- In drukwerk is een mailadres of URL nooit onderlijnd. In digitale kanalen doe je dat wel, om de hyperlink te benadrukken.
- Vermeld zoveel mogelijk www. bij een URL.

Hoofdlettergebruik gebouwen, functies en bevoegdheden

Gebouwen, functienamen en soortnamen schrijven we in een tekst altijd met een kleine letter.

Enkel in adresseringen of mailhandtekeningen gebruiken we een hoofdletter.

• Gebouwen

- stadhuis, welzijnshuis, lokaal dienstencentrum, woonzorgcentrum, zwembad, bibliotheek, stedelijke werkplaats ...
- Als het gebouw ook een eigennaam heeft, dan krijgt enkel de eigennaam een hoofdletter. Bijvoorbeeld: zwembad De Treffer.

• Functienamen en soortnamen

- functienamen: burgemeester, algemeen directeur, adjunct-algemeendirecteur, financieel directeur, voorzitter, diensthoofd (en andere functienamen) ...
- soortnamen: schepencollege, college van burgemeester en schepenen, gemeenteraad, raad voor maatschappelijk welzijn, dienst, sportraad, cultuurraad ...

Bevoegdheden van schepenen, diensten en werknemers schrijven we altijd met een hoofdletter, zowel in een tekst als bij adresseringen, aansprekingen of mailhandtekeningen

Bijvoorbeeld:

- de schepen van Verkeer en Mobiliteit
- de voorzitter van het BCSD
- de dienst Burgerzaken
- de stadsmedewerker Senioren en Preventie

Taal-afspraken

Je of u

Gebruik 'je' in de algemene schriftelijke communicatiekanalen (stedelijk infomagazine, Wa-Plusmagazine, folders, website, intranet, sociale media ...).

Gebruik 'u' in brieven, officiële mails en mondelinge communicatie (telefoon en balie).

Gebruik ze nooit door elkaar.

Waregem

- We spreken over 'Waregemnaren' en niet over 'Waregemnaars'.
- We schrijven de stad, stad Waregem of lokaal bestuur Waregem als we het over onszelf hebben. De woorden 'stad' en 'lokaal bestuur' hebben geen hoofdletters. In teksten spreken we niet over stadsbestuur of OCMW-bestuur.

SCHRIJF NIET	MAAR WEL
indien	als
reeds	al
tevens	ook
steeds	altijd
immers	want
omtrent, met betrekking tot	over
dienen te	moeten
teneinde	om
gelieve	kunt u, kan je
doorgaan	plaatsvinden
betreffende, aangaande, inzake	over
derhalve	daarom
ten gevolge van	door
te allen tijde	altijd
voormelde	deze
bij voorbaat	alvast
bij ontstentenis	als er geen is
Het verkavelen, het aanleggen, het toestemmen, enzovoort (verzelfstandiging van werkwoorden)	De verkaveling, de aanleg, de toestemming, enzovoort

Dit is geen eindige lijst.

Als je twijfelt over woordkeuzes of schrijfwijzen, vraag het aan de dienst Communicatie of vind een antwoord op www.vlaanderen.be/taaladvies. Ook www.schrijfsimpel.nl kan je vaak goed op weg helpen, voor niet-privacygevoelige inhoud.

De belangrijkste tip is en blijft: schrijf zoals je spreekt.

Inclusieve taal en toegankelijkheid

Het is niet altijd even makkelijk om iedereen te bereiken in een breed en divers publiek. In ons taalgebruik zitten soms woorden die kwetsend kunnen zijn voor bepaalde groepen mensen. Sommige burgers voelen zich dan weer genegeerd door de manier waarop je communiceert. Door zo inclusief mogelijk te communiceren, tonen we dat we er zijn voor al onze inwoners, ondernemers, bezoekers ...

- Gebruik geen woorden die verouderd zijn en mensen kunnen kwetsen door hun migratieachtergrond, handicap, cultuur, geaardheid Je schrijft bijvoorbeeld 'persoon van buitenlandse herkomst' of 'persoon met een migratieachtergrond' in plaats van 'allochtoon'. Of nog: spreek een groep aan met 'beste mensen' in plaats van 'beste mannen en vrouwen'. Bij twijfel raadpleeg je de woordenlijst inclusieve communicatie op de website van Unia of de Woordenlijst Inclusief Taalgebruik van de vrt.
- We gebruiken alleen de Nederlandse taal in onze communicatie. Zo geef je anderstaligen ook meteen de mogelijkheid om Nederlands te oefenen, maar doe dat dan wel door helder en laagdrempelig Nederlands te gebruiken. Hou rekening met anderstaligen.
- Hou rekening met mensen met een (audio)visuele of andere beperking, vooral als het gaat over digitale toegankelijkheid. Zo geef je bijvoorbeeld een afbeelding op een website altijd een beschrijving mee (alt-tag).

- Probeer inclusief te communiceren zodat ook personen met een migratieachtergrond, personen met een handicap, personen met om het even welke seksuele oriëntatie zich aangesproken voelen. Je vindt hierover meer info op www.unia.be/nl/kennis-aanbevelingen/inclusieve-communicatie-woordenlijst.

Meer specifieke informatie vind je ook op deze websites:

- diversewoordenlijst.vrt.wordpress.com
- www.communicatiewaai.be
- www.anysurfer.be

Neutrale overheidscommunicatie

De communicatie van de stad is overheidscommunicatie en dus politiek neutraal. We plaatsen geen namen, foto's of video's van/met mandatarissen en politici op onze stedelijke kanalen.

De enige uitzonderingen zijn:

- de ondertekeningen van alle officiële correspondentie en persberichten
- in het colofon van stedelijke publicaties (verantwoordelijke uitgever)
- bij officiële plechtigheden

Partijpolitieke of ideologische standpunten komen in overheidscommunicatie niet aan bod.