BIJLAGE 10 SCHRIJFWIJZER SOCIALE MEDIA

Communiceren op de social-mediakanalen vraagt om een andere manier van schrijven. Gebruikers zien op hun tijdlijn veel informatie en nieuws voorbij komen en daarom is een kort en bondige boodschap belangrijk. De belangrijkste basisafspraken voor social media vind je hieronder.
Verder gelden alle overige richtlijnen en schrijfregels voor teksten, zoals geformuleerd in 'Schrijfwijzer website en intranet'.

Uitgangspunten social media

- De provincie **informeert** en is **bereikbaar** voor inwoners. De provincie Noord-Holland is daarom aanwezig op de social media kanalen Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram en YouTube. De aanwezigheid van de provincie op social media noemen we ook wel 'webcare'.
- De provincie **communiceert proactief** over wat de provincie doet middels nieuwsberichten, artikelen, infographics, video's, foto's en advertenties.
- De provincie **communiceert reactief** door antwoorden te geven op vragen, informatie verstrekken n.a.v. actualiteiten, in te gaan op klachten en daar waar dat kan te mengen in discussies.
- De provincie is **betrokken, persoonlijk** en **denkt mee**. Als provincie staan we qua diensten en beleid verder van de inwoners af en onderwerpen zijn zakelijker. Door vragen snel, persoonlijk en begrijpelijk te beantwoorden laten we zien dat we een bereikbare overheidsorganisatie zijn. We verassen door met de inwoner mee te denken.

Tone of voice

- **Jij/je**: Social-mediakanalen zijn snelle, informele kanalen waar inwoners direct op ons reageren en vragen kunnen stellen. We tutoyeren (je/jij) en begroeten informeel (hoi/hallo/goedemorgen/goedemiddag/fijn weekend).
- **Ik/we**: Gebruik 'ik' als je zelf actie gaat onderwerpen, gebruik 'we' als je namens de provincie spreekt (bijvoorbeeld bij beleid).
- **Emoticons**: In reactie op inwoners is het beperkt toegestaan om emoticons te gebruiken. Ze moeten de boodschap ondersteunen en niet verkeerd te interpreteren zijn. Gebruik alleen de knipoog ;-) of het blije gezichtje J.
- **Actief:** maak zinnen actief door overbodige werkwoorden weg te halen.
- **Kort**: houd je antwoord kort en haal overbodige informatie weg.
- **Begrijpelijk:** vaktermen, ouderwetse woorden en vage bewoording. Zie bijlage 2.
- **Empathie**: Als de situatie daar om vraagt, leef je met de inwoner mee. Benoem daarbij wat vervelend is.
- **Vriendelijk**: bedank een inwoners voor zijn/haar reactie of melding.
- **Afzender**: We sluiten af met een dakje + voornaam: '^Wendy'

Voorbeeld reactie: Hoi/hallo + voornaam + evt. empathie + beantwoording vraag/opmerking/klacht + evt. afsluiting + ^voornaam afzender + evt. nummering van reeks (1/2)

Afkortingen

- Vermijd afkortingen. Is er een korter alternatief?
- Vermijd ambtelijke afkortingen voor onderwerpen, functies of bestuursorganen. Bijvoorbeeld: PS, GS of CvdK of afkortingen van commissies. Schrijf ze waar dat kan voluit. Het moet duidelijk zijn om wie het gaat en over welk onderwerp.

Hashtags (#)

- Hashtags op Twitter, soms op Facebook om thema van het bericht herkenbaar te maken.
- Ga er spaarzaam mee om: niet te veel in lopende tekst, beperk tot 3 hashtags in het hele bericht.
    - Plaatsnamen (in lopende tekst): #Hoorn, #Amsterdam, #Alkmaar
    - Provinciale wegen: #N241, #N307
    - Provinciethema's (achteraan): #duurzaamNH, #herbestemmingNH, #NHgroener, #bereikbaarheidNH
    - Projecten: #groenkapitaal, #beterbenutten
    - Provinciale Staten (in lopende tekst of achteraan): #PSNH

    - Evenementen of themadagen (achteraan): #Duurzamehuizenroute, #natuurtop #Dierendag
- Zie Bijlage 1 voor veelgebruikte hashtags bij de provincie

Mentions (@)

- Mentionen kan op Twitter, Facebook, Instagram en LinkedIn met het @-teken.
    - Bedrijven en organisaties (@huisvanhilde, @MRA_online)
    - Personen (@JaapBond, @Elisabeth_post)
    - Projecten (@GONH2018, @HOVgooi @groenkapitaalNH)
- Ga er spaarzaam mee om.
- Mag in lopende tekst, maar alleen het leesbaar blijft. Sommige accounts gebruiken afkortingen of pseudoniemen in hun gebruikersnaam, waardoor het onduidelijk is over wie of wat het gaat.
- Mentionen kan op Twitter ook in de afbeelding (max. 10)
    - Upload een foto met het landschapslogo
    - Klik op 'Wie staan er op deze foto?'
    - Voeg account toe (bijv. @provincienh)

Cijfers, data, bedragen en procenten

- Gebruik cijfers voor alle getallen. Dit verhoogt de herkenbaarheid van getallen in de tekst en verbetert daarmee de scanbaarheid. Duizendtallen worden aangegeven door een punt: 1.000 of 15.560. Bij getallen vanaf 1 miljoen gebruik je het telwoord, bijvoorbeeld '45 miljard'.
- Datum
    - Precieze data met koppelteken: 'maandag 8-10'.
    - Dagen mogen voluit of afgekort. Afkorten dagen met de eerste 2 letters: ma., di., wo., do., vr., za., zo.
    - Maanden liever voluit, mag ook afgekort. Afkorten maanden met eerste 3 letters: jan., feb., mrt., apr, mei, jun. (of voluit), jul. (of voluit), aug., sept., aug., okt., nov., dec.
    - Jaartallen voluit
    - Datumperiode aangeven met afkorting 't/m' of voluit 'tot': 'van 8 t/m 12 dec.'.
- Tijd
    - Gebruik de 24-uursaanduing voor tijdsaanduiding. Scheid uren en minuten met een punt en gebruik geen voorloop-0. Dus: '8.00'.
    - Gebruik het koppelteken bij langere tijdsperiode: 'van 8.00-9.00'.
- Combinatie datum & tijd
    - Langere tijdsperiodes worden als volgt weergegeven:
        - "De weg wordt afgesloten van 12-6 6.00 t/m 17-6 22.00."
        - "De weg wordt afgesloten van ma 12-6 vanaf 6.00 t/m vrij 17-6 tot 22.00."
        - "De weg wordt 12-6 t/m 17-6 iedere dag afgesloten van 6.00 tot 22.00."
        - "De weg wordt afgesloten van ma 12 t/m 17 juni afgesloten tussen 6.00 en 22.00."
    - Of voluit bij korte periode:
        - "De weg wordt maandag 14 december afgesloten van 6.00 tot 17.00."
- Bedragen: gebruik het €-teken bij bedragen (na het teken hoeft geen spatie). €15,05. Bedragen eindigend op 00 worden aangegeven door een liggend streepje: €12,-.
- Procenten: gebruik het %-teken bij percentages: 10%
- Maten: kunnen zowel uitgeschreven als afgekort worden. Denk aan 'centimeter', 'meter', 'vierkante meter', etc. Bijbehorende afkortingen: 'cm', 'm' en 'm2'.
- Leeftijdscategorieën: schrijf 65+ of 50+'er en niet 65plus of 50-plusser.

Hoofdletters

- Schrijf geen woorden of teksten uitsluitend in hoofdletters.
- Gebruik alleen hoofdletters voor eigennamen. Dus geen hoofdletter bij 'bestemmingsplan' of 'probleemanalyse', behalve als het onderdeel is van de naam van het document. Vergelijk: 'de provincie Noord-Holland', 'het ministerie van Justitie'. Provincie en ministerie zijn hierbij soortnamen en worden met een kleine letter geschreven.

Aanhalingstekens

- Gebruik hoge dubbele aanhalingstekens bij een quote: Gedeputeerde Joke Geldhof: "Onze PARK heeft de afgelopen jaren zijn nut bewezen."
- Gebruik hoge enkele aanhalingstekens bij een citaat in een citaat: "Hij is erg ongeduldig. 'Kan dat niet sneller?' riep hij gisteren drie keer tegen me."
- Gebruik hoge enkele aanhalingstekens om een titel aan te duiden: De commissaris van de Koning, Johan Remkes, ontving gisteren in Winkel het eerste exemplaar van 'Ode aan boeren en koeien' van schrijfster Ida Hylkema en fotografe Hanneke de Boer.