



Inhoud

Extern aan het werk	2
1. Hoe communiceer je extern over inclusie in je organisatie?	2
1.1. Diversiteit in beeldmateriaal	2
1.2. Belang van taal in vacatureteksten	3
1.3. Concrete acties die niet mogen ontbreken in inclusieve communicatie.....	5
2. Hoe gebruik ik mijn communicatiekanalen en zorg ik voor een inclusieve inhoud?	7
3. Hoe zet ik werknemers in als ambassadeurs?	8

Extern aan het werk

1. Hoe communiceer je extern over inclusie in je organisatie?

1.1. Diversiteit in beeldmateriaal

Het kiezen van het juiste beeldmateriaal in communicatie-uitingen is essentieel voor een inclusieve en authentieke representatie van diversiteit binnen de organisatie. Beeldtaal heeft een grote invloed op hoe medewerkers en externe stakeholders de organisatie ervaren. Hier zijn enkele belangrijke aandachtspunten:

1) Zorg voor een realistische afspiegeling van diversiteit

Beelden moeten representatief zijn voor de werkelijke samenstelling van de organisatie en de samenleving. Dit draagt bij aan herkenbaarheid en inclusie.

- **Waarom dit werkt:** Mensen voelen zich meer betrokken bij een organisatie wanneer ze zichzelf gerepresenteerd zien in de communicatie.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Gebruik beeldmateriaal dat de diversiteit in leeftijd, geslacht, etniciteit, functie en vaardigheden binnen de organisatie weerspiegelt.
 - Vermijd het overmatig focussen op één type diversiteit; een breed en realistisch beeld van diversiteit is belangrijk.
 - Betrek medewerkers bij het selecteren van beeldmateriaal om te toetsen of het beeld hen correct representeert.
 - Vermijd het plaatsen van diverse personen op de achtergrond of aan de randen van groepsfoto's. Dit kan suggereren dat zij minder belangrijk zijn.
 - Zorg ervoor dat diverse personen niet enkel passief of ondergeschikt worden afgebeeld, maar ook in actieve en leidinggevende rollen.
 - Zorg ervoor dat ook minder zichtbare vormen van diversiteit worden meegenomen, zoals neurodiversiteit en LGBTQIA+-representatie.
 - Kies beelden die een breed scala aan functies en beroepen binnen de organisatie tonen, en niet enkel stereotiepe rollen (bijv. mannen als leidinggevend, vrouwen als administratieve krachten).

Meer weten? Bekijk:

- [Hoe breng ik diversiteit in beeld? - Diversiteitspraktijk](#)

2) Vermijd tokenisme: diversiteit moet authentiek zijn

Diversiteit in beeldgebruik mag geen oppervlakkige marketingstrategie zijn. Mensen herkennen snel wanneer diversiteit enkel ingezet wordt voor PR-doeleinden en niet authentiek aanvoelt.

- **Waarom dit werkt:** Authentieke beeldvorming draagt bij aan geloofwaardigheid en versterkt het vertrouwen in de organisatie.
- **Hoe implementeer je dit?**



- Kies beelden die echte interacties en spontane momenten laten zien, in plaats van geënceneerde fotoshoots met een overdreven ‘diverse’ uitstraling.
- Gebruik geen diversiteitsbeelden die niet overeenkomen met de realiteit van de organisatie. Als een organisatie bijvoorbeeld nog geen diverse teams heeft, is het beter om eerlijke storytelling en aspiratieve boodschappen te gebruiken.
- Maak gebruik van echte medewerkers in plaats van stockfoto’s om authenticiteit te versterken.

Meer weten? Bekijk:

- [Do's en dont's - De Ambrassade](#)

1.2. Belang van taal in vacatureteksten

1) Gebruik inclusieve en genderneutrale taal in vacatureteksten

Vacatureteksten kunnen onbedoeld bepaalde groepen uitsluiten door het gebruik van gendergebonden of stereotiepe taal.

- **Waarom dit werkt:** Inclusieve taal zorgt ervoor dat iedereen zich aangesproken voelt en moedigt een diverse groep kandidaten aan om te solliciteren.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Vermijd gendergebonden functietitels zoals “verpleegster” of “secretaresse.” Gebruik in plaats daarvan neutrale termen zoals “verpleegkundige” of “managementondersteuner.”
 - Gebruik competentiegerichte taal, zoals “ervaring met teamcoördinatie” in plaats van “leidinggevende met natuurlijke autoriteit.”
 - Controleer de tekst om onbedoelde vooroordelen te vermijden.

Meer weten? Bekijk:

- [Toolkit Genderbewuste communicatie - RoSa vzw](#)
- [Checklist voor een Toegankelijke Vacature - Verso](#)

2) Stel alleen noodzakelijke eisen

Veel vacatures bevatten een lange lijst met functie-eisen, waardoor getalenteerde kandidaten zich onterecht niet gekwalificeerd voelen.

- **Waarom dit werkt:** Minder restrictieve eisen zorgen voor een grotere en diverse sollicitantenpool, omdat kandidaten zich niet direct gediskwalificeerd voelen.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Beperk de lijst met eisen tot de kernvaardigheden die echt nodig zijn voor de functie.
 - Vermeld welke vaardigheden ontwikkelbaar zijn op de werkvloer. Dit moedigt kandidaten aan die nog niet aan alle eisen voldoen.
 - Maak onderscheid tussen must-haves en nice-to-haves in de vacature.
 - Overweeg “open hiring”: het aannemen van kandidaten zonder CV of diploma-eisen, maar op basis van motivatie en potentieel.



Meer weten? Bekijk:

- [Brochure-goede-praktijken-bij-rekrutering-02.pdf](#)
- [Functie-eisen in vacatures; staar je er niet blind op.](#)
- [Hoe schrijf je een inclusievere vacaturetekst? | Nationale Vacaturebank](#)

3) Vermijd discriminatie op leeftijd of achtergrond

Formuleringen kunnen onbewust leeftijds- of achtergrondgerelateerd uitsluiten.

- **Waarom dit werkt:** Een open en neutrale formulering voorkomt dat bepaalde groepen zich uitgesloten voelen en moedigt sollicitaties uit diverse achtergronden aan.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Vermijd termen zoals “jonge, dynamische werkomgeving” of “recent afgestudeerd”, omdat ze oudere kandidaten kunnen ontmoedigen. Gebruik liever “enthousiast team” of “geschikt voor zowel ervaren professionals als starters.”
 - Gebruik geen termen als “moedertaalspreker”, maar geef aan dat een kandidaat “vloeiend Nederlands beheerst.” Dit voorkomt discriminatie op basis van afkomst.
 - Zorg ervoor dat de vacature niet onbewust alleen mensen met een bepaalde sociaaleconomische achtergrond aanspreekt. Bijvoorbeeld: in plaats van “je hebt een universitaire masterdiploma”, schrijf “relevante ervaring of een diploma op minimaal bachelor niveau.”

Meer weten? Bekijk:

- [7 wettelijke regels om discriminatie in vacatureteksten te voorkomen - Nationale Vacaturebank](#)
- [Hoe schrijf je een inclusievere vacaturetekst? - Nationale Vacaturebank](#)

4) Maak werktijden en taken flexibel

Starre functie-eisen kunnen groepen zoals ouders, mantelzorgers of mensen met een beperking ontmoedigen om te solliciteren.

- **Waarom dit werkt:** Flexibiliteit trekt een breder scala aan kandidaten aan, wat diversiteit en inclusie versterkt.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Geef aan of parttime, hybride werken of flexibele uren mogelijk zijn.
 - Vermijd strikte beschikbaarheidseisen zoals “je bent altijd inzetbaar”; geef liever aan dat werktijden bespreekbaar zijn.
 - Benoem expliciet dat de functie geschikt is voor mensen met een beperking of dat aanpassingen bespreekbaar zijn.

Meer weten? Bekijk:

- [Hoe meer flexibiliteit in je vacaturetekst, hoe groter de talentpool - Werf&](#)

5) Houd de tekst inclusief en toegankelijk



Naast inhoud is ook de opmaak van een vacaturetekst belangrijk voor toegankelijkheid en inclusie.

- **Waarom dit werkt:** Een duidelijke en toegankelijke vacaturetekst zorgt ervoor dat mensen met verschillende achtergronden, taalvaardigheden of beperkingen de tekst goed begrijpen.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Gebruik duidelijke en eenvoudige taal, vermijd jargon.
 - Zorg voor een logische structuur met korte alinea's en duidelijke kopjes.
 - Controleer de leesbaarheid met tools zoals Hemingway Editor of Leesniveau.nl.
 - Maak de vacature toegankelijk voor screenreaders door bijvoorbeeld alt-teksten toe te voegen bij afbeeldingen en geen tabellen voor opmaak te gebruiken.

Meer weten?

- [Hoe schrijf je een inclusievere vacaturetekst? - Nationale Vacaturebank](#)

1.3. Concrete acties die niet mogen ontbreken in inclusieve communicatie

Naast taal en beeldmateriaal is het essentieel dat externe communicatie de concrete acties van een organisatie benoemt. Mensen moeten niet alleen horen dat een organisatie inclusief is, maar ook zien hoe die inclusie in de praktijk wordt gebracht. Dit versterkt de geloofwaardigheid en betrokkenheid van zowel medewerkers als externe stakeholders.

Hier zijn enkele manieren om inclusieve acties zichtbaar te maken in communicatie-uitingen:

1) Benoem dat je anonieme sollicitaties mogelijk maakt

Veel kandidaten ervaren onbewuste vooroordelen in het sollicitatieproces. Door anonieme sollicitaties toe te laten, waarbij persoonlijke gegevens zoals naam, leeftijd en geslacht tijdelijk worden weggelaten, wordt de nadruk gelegd op competenties en ervaring.

- **Waarom dit werkt:** Het vermindert onbewuste vooroordelen en zorgt voor een eerlijker wervingsproces.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Vermeld expliciet in vacatureteksten en op de werkenbij-pagina dat anonieme sollicitaties mogelijk zijn.
 - Beschrijf hoe dit proces werkt en hoe de selectieobjectiviteit gewaarborgd blijft.
 - Deel ervaringen of successen van deze aanpak binnen de organisatie.

Meer weten? Bekijk

- [Brochure-goede-praktijken-bij-rekrutering-02.pdf](#)
- [Get the job done](#)

2) Verwijs naar een diversiteitsbeleid of -trainingen



Een organisatie die inclusie serieus neemt, heeft een diversiteitsbeleid en organiseert trainingen voor medewerkers en leidinggevendenden. Het is belangrijk om dit extern te communiceren om vertrouwen op te bouwen bij sollicitanten, klanten en partners.

- **Waarom dit werkt:** Laat zien dat inclusie geen loze belofte is, maar een structurele aanpak binnen de organisatie.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Publiceer het diversiteitsbeleid op de website en verwijst ernaar in communicatie-uitingen.
 - Benadruk de trainingen en workshops die medewerkers volgen over thema's zoals inclusie, onbewuste vooroordelen en toegankelijkheid.
 - Deel ervaringen van medewerkers die baat hebben gehad bij deze trainingen.

Meer weten? Bekijk:

- [Zo kan alleen al je vacaturetekst zorgen voor meer diversiteit - Werf&](#)

3) Laat zien dat je ruimte biedt voor aanpassingen

Een inclusieve organisatie houdt rekening met de behoeften van werknemers, bijvoorbeeld door flexibele werkuren of aangepaste werkplekken aan te bieden. Dit maakt werk toegankelijker voor mensen met verschillende achtergronden en behoeften.

Waarom dit werkt: Het toont aan dat de organisatie daadwerkelijk stappen zet om een diverse en toegankelijke werkplek te creëren.

Hoe implementeer je dit?

- Vermeld in vacatures en op de website dat aanpassingen mogelijk zijn voor medewerkers met een beperking of specifieke behoeften.
- Beschrijf hoe flexibele werkuren of thuiswerkmogelijkheden worden aangeboden.
- Laat voorbeelden zien van hoe de organisatie investeert in toegankelijkheid, zoals fysieke aanpassingen aan kantoorruimtes of ondersteunende technologieën.

Meer weten? Bekijk:

- [Werken met een beperking - Vlaanderen.be](#)

4) Maak ruimte op je website voor goede praktijken

Naast missie en visie is het belangrijk om concrete initiatieven en successen rondom inclusie in de kijker te zetten. Dit helpt om de organisatie als geloofwaardig en transparant neer te zetten.

- **Waarom dit werkt:** Mensen willen bewijs zien van inclusieve inspanningen, niet alleen beloftes.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Creëer een aparte webpagina waar initiatieven rond diversiteit en inclusie worden uitgelicht.
 - Deel interviews met medewerkers uit diverse achtergronden die hun ervaringen binnen de organisatie delen.



- Gebruik blogs, testimonials of video's om te laten zien hoe de organisatie zich inzet voor inclusie.
- Publiceer een jaarlijks diversiteitsrapport met concrete cijfers en resultaten.

Meer weten?

- [Inspirerende praktijken: diversiteitscommunicatie | Opgroeien](#)

2. Hoe gebruik ik mijn communicatiekanalen en zorg ik voor een inclusieve inhoud?

Stappenplan: Hoe kan ik de externe communicatie verbeteren?

- 1) Bekijk de huidige kanalen: Maak een lijst van alle communicatiekanalen die je gebruikt (fysiek en digitaal).
- 2) Hoeveel aandacht hebben we voor diversiteit en inclusie op deze kanalen?: Bepaal per kanaal hoe vaak diversiteit en inclusie aan bod komt.
- 3) Wat ontbreekt er?: Welke kanalen worden niet of te weinig gebruikt? Wat kunnen we verbeteren aan ons gebruik van deze kanalen?
- 4) Bepaal verbeterpunten op het vlak van diversiteit en inclusie per kanaal.
- 5) Meet en evalueer: Meet de impact en pas de communicatie aan waar nodig.

Kanaal	Gebruiken we dit kanaal? (ja/nee)	Hebben we aandacht voor diversiteit & inclusie op dit kanaal? (ja/nee)	Wat kunnen we verbeteren aan ons gebruik van dit kanaal?	Hoe kunnen we nog beter inzetten op diversiteit & inclusie op dit kanaal?	Meet en evalueer
Website					
Facebook					
Instagram					
LinkedIn					
Andere sociale media (vul aan)					
Interne nieuwsbrief					
Externe nieuwsbrief					
(team)vergaderingen					
Wervingssites					



Evenementen					
Opleidingen					
Bedrijfsmagazine					
(vul aan)					

3. Hoe zet ik werknemers in als ambassadeurs?

1) Authenticiteit boven alles

Het verhaal moet echt en geloofwaardig zijn. Vermijd gepolijste, commerciële verhalen die als PR-strategie kunnen overkomen.

- **Waarom dit werkt:** Mensen voelen zich sneller verbonden met eerlijke, oprechte verhalen dan met overdreven of geforceerde succesverhalen.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Gebruik de eigen woorden van medewerkers in plaats van een sterk bewerkte tekst.
 - Laat medewerkers zelf vertellen over hun ervaringen, bijvoorbeeld via video of interviews.
 - Vermijd overdreven positieve of geforceerde uitspraken; laat ook uitdagingen en leermomenten aan bod komen.

Meer weten? Bekijk:

- [Hoe stimuleer je ambassadeurs om hun verhaal te vertellen?](#)

2) Respecteer privacy en toestemming

Niet iedereen voelt zich comfortabel bij het delen van persoonlijke ervaringen. Zorg ervoor dat medewerkers volledig achter hun verhaal staan en geef hen controle over hoe het wordt gepresenteerd.

- **Waarom dit werkt:** Vertrouwen binnen de organisatie wordt versterkt als medewerkers zich veilig voelen bij het delen van hun ervaringen.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Vraag expliciet toestemming om een verhaal te delen, zowel voor tekst als beeldmateriaal.
 - Laat medewerkers vooraf bekijken hoe hun verhaal wordt weergegeven en geef hen de mogelijkheid om aanpassingen te doen.
 - Respecteer grenzen: dwing niemand om persoonlijke of gevoelige informatie te delen.

Meer weten? Bekijk:

- [Privacy wetgeving bij filmen, wat mag er wel en niet? - Videobrouwerij](#)
- [Mag je foto's van werknemers gebruiken voor je marketing? \(wetgeving 2024\) | MaesMedia](#)



3) Toon de veelzijdigheid van diversiteit

Zorg ervoor dat de gedeelde verhalen een breed scala aan ervaringen en perspectieven laten zien, zodat ze niet beperkt blijven tot één groep of thema.

- **Waarom dit werkt:** Diversiteit gaat over meer dan gender en etniciteit. Door een breed scala aan verhalen te delen, wordt de inclusieve cultuur van de organisatie beter zichtbaar.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Deel verhalen van medewerkers uit verschillende afdelingen, functieniveaus en achtergronden.
 - Zorg ervoor dat minder zichtbare vormen van diversiteit ook aan bod komen, zoals neurodiversiteit, LGBTQIA+-ervaringen en werk-leven balans.
 - Laat zien hoe diversiteit impact heeft op zowel het werk als de werkomgeving.

Meer weten? Bekijk:

- [Hoe breng ik diversiteit in beeld? - Diversiteitspraktijk](#)

4) Maak diversiteit zichtbaar op een creatieve manier

Verhalen hoeven niet altijd in tekstvorm te worden gedeeld. Creatieve en visuele storytelling kan een grotere impact hebben.

- **Waarom dit werkt:** Mensen onthouden en delen visuele en interactieve content sneller dan lange teksten.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Gebruik video's waarin medewerkers in hun eigen woorden vertellen over hun ervaringen.
 - Maak fotoreportages of korte animaties om verhalen op een visueel aantrekkelijke manier te presenteren.
 - Organiseer interne en externe podcasts waarin medewerkers hun ervaringen bespreken.
 - Werk met infographics om statistieken en impact te illustreren.

Meer weten? Bekijk:

- [De kracht van visuele storytelling: waarom beelden meer zeggen dan woorden](#)

5) Wees concreet en beknopt

Langdradige verhalen kunnen de aandacht van het publiek verliezen. Zorg ervoor dat de boodschap helder, to-the-point en impactvol is.

- **Waarom dit werkt:** Korte en duidelijke verhalen worden beter gelezen, gedeeld en onthouden.
- **Hoe implementeer je dit?**
 - Gebruik kernachtige quotes van medewerkers om de essentie van hun verhaal over te brengen.
 - Houd video's en geschreven verhalen beknopt; deel eventueel een samenvatting voor mensen die snel informatie willen.
 - Gebruik krachtige openingszinnen om direct de aandacht te trekken.



Meer weten?

- [9 Tips voor effectieve storytelling - Hoe schrijf je een boeiende inhoud?](#)