

NEDERLANDS / LANDS TAAL

FRANKRIJK, DE VN EN REGIONALE TALEN

Frankrijk voert de VN-aanbevelingen "regionale talen" niet uit. Ook Vlaanderen wacht om een dergelijke aanbeveling van de Raad van Europa te ondertekenen tot in België beslist wordt dat het Frans in Vlaanderen geen regionale taal is en dat de Franstaligen in Vlaanderen in feite geen echte nationale minderheid vormen.

EBLUL Frankrijk (Engelse afkorting voor Europees Bureau voor Minder-gebruikte Talen) riep eind mei Frankrijk op nu eens eindelijk het VN rapport van 2001 omtrent de rechten van de regionale talen uit te voeren. Deze oproep vond plaats in het VN Comité omtrent Economische, Sociale en Culturele Rechten. Het gaat hier over de regionale talen van Frans-Vlaanderen, Bretagne, Occitanië, Baskenland, Savoye, Elzas en Lotharingen, en Corsica.

In het rapport van EBLUL en de NGO "Pour Que Vivent Nos Langues" (Dat onze talen mogen leven), van november 2001, werd gevraagd dat Frankrijk:

- de groeperingen van de minderheden en tevens hun rechten op voortbestaan zou erkennen,
- het Raamverdrag van de Raad van Europa omtrent de bescherming van Nationale Minderheden (afgekort in het Engels als FCNM) en het Charter omtrent Regionale of MinderhedenTalen (Engelse afkorting: ECRML) zou goedkeuren ,
- zou zijn inspanningen verhogen tot het bewaren van de regionale en minderhedentalen en -culturen,
- zou de nodige stappen zetten om het onderwijs van deze talen te verbeteren.

In zijn nieuw rapport zegt EBLUL dat na zes jaar niets gedaan is aan hoger vermelde punten. Verder is Frankrijk één van de laatste drie staten uit de groep van 47 in de Raad van Europa die het ECRML charter niet geratificeerd heeft, en het FCNM niet ondertekend heeft. Het verbannen van de minderheidstalen uit het onderwijs leidt tot een groeiend risico van volledige verdwijning van deze talen en culturen. De Baskische organisatie Behatokia heeft ook een rapport ingediend bij het Comité. Het benadrukt de gevolgen van dit Frans staatsbeleid tov "regionale" talen. Zo heeft het Baskisch 15000 sprekers verloren over de laatste 10 jaar, zodat het aantal Baskisch-Franse tweetaligen ernstig afnam.

Het bezoek van EBLUL Frankrijk aan de Verenigde Naties viel samen met de aankondiging door de VN dat 2008 het Jaar van de Talen zal zijn.

Uit het voorgaande blijkt dat Vlaanderen een ernstige inspanning zal moeten doen om haar taalverdedigingspolitiek in de Raad van Europa en in de VN begrijpelijk en aanvaardbaar voor te stellen en onvermoeid te verdedigen. Alle Vlaamse politieke fracties in de EU zouden hieraan moeten meewerken. Dit is geen gemakkelijke opgave en het zou de prioriteit van minister Bourgeois moeten zijn.

JAARGANG 17 -
NUMMER 6- JUNI
2007

maandelijkse uitgave
niet in juli

P 209916

verantwoordelijke
uitgever

Mieke Delanghe

Bisdomkaai 11

9000 Gent

telefoon :

09/225.16.00

e-post :

mieke.delanghe@vvb.org

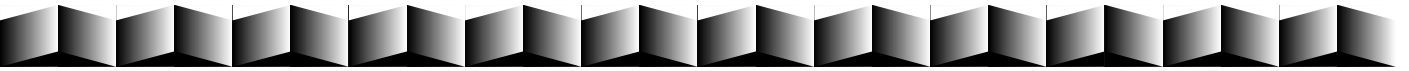
nlandstaal@vvb.org

NIEUWE ACTIES IN DIT NUMMER

DEFENSIE	2
BRANTANO	2
DE POST	3
BMW	3
MAAR OOK NOG	4

ANT-WOORDEN EN DADEN

VLAJO	5
FLANDRIA/VLAM	5
LANAFORM (BIRKENSTOCK)	5
YOUNG CERA	6
OUDENAARDE	6



HET BELGISCH LEGER

We keken verbaasd op toen we in onze krant (De Gentenaar van 29 mei 2007) een compleet Franstalige advertentie zagen staan voor een job bij het leger. In Flawinne zoeken ze namelijk 34 fuseliers-paracommando's. En dat laten ze dus in het Frans weten in een Vlaamse krant. Of het om een vergissing gaat of om een moedwillige daad, is ons niet duidelijk, maar we vinden dat hiertegen zeker moet worden geprotesteerd.

SCHRIJVEN \

Imago en Public Relations :
DG IPR
Kwartier Koningin Elisabeth
Blok 5
Eversestraat 1
1140 EVERE

BELLEN \

0800/14.936

WEBSTEK \

www.mil.be

STRALEN \

via webstek :
departementen>imago en public relations>contact

Dinsdag 29 mei 2007 | **WATOU** | 29



BRANTANO

Brantano, de winkelketen met vooral goedkope schoenen, maakte enkele maanden geleden reclame met een slogan "het wordt snel laat als je naar Brantano gaat". Daar hoorden grappige foto's bij die het verstrijken van de tijd moesten uitbeelden, zoals een hond die intussen een nest jongen had gekregen.

Nu gooien ze het over een andere boeg : op grote reclameborden pakken ze uit met de slagzin "What a shoe can do". Op de webstek blijkt dat het de vaste zin is geworden die bij het merk hoort, de ondertitel als het ware. Deze ommezwaai valt ons erg tegen.

SCHRIJVEN \

Brantano nv
Zuid II
Kwadelapstraat 2
9320 EREMBODEGEM

BELLEN \

053/65.06.11

FAXEN \

053/66.50.08

WEBSTEK \

www.brantano.be

STRALEN \

klantendienst@brantano.be



DE POST

Op 21 mei werd bij De Post een nieuwe regelgeving van kracht voor het versturen van grote hoeveelheden ("massale afgiften"). In een brief met informatie hierover, wordt het duidelijk dat De Post steeds meer Engelse termen gebruikt.

Het begint al met het briefhoofd : de brief komt van "Belgian Post Solutions". De naam van de nieuwe regelgeving is "MassPost Kit". En verder sommen we op : "Small Format", "Large Format", "Special Format", "Mail ID", "Low Readability", "MassPost Kit Light" ...

Termen als "container", "downloaden" en "website" zijn we onderhand al gewend, maar ook die kunnen vermeden worden.

BMW

Zoals u weet is BMW niet alleen een automerk, deze firma maakt ook motoren. In BesteDingen, een bijvoegsel bij de krant De Tijd van 28 april, staat een reclamebladzijde voor de motoren van BMW.

"Anytime. Anywhere." is de slagzin. Verder staan er nog een aantal eigenschappen opgesomd met al dan niet aangevinkte hokjes : "Pleasure – Discover – Elegance – Encounter – Be cool – Performance – Speed – Intense – Casual – Luxury". Pas dan, in nog kleinere lettertjes, staat er nog een en ander in het Nederlands.

We hebben ook eens de webstek opgezocht, en daar kan je kiezen voor het Nederlands, al wordt er nogal met Engelse termen en slagzinnen gegooid. "Speed up", "Neck Brace System", "Daddy's on tour", "Serious Fun", "Face the Power" ... Maar goed, behalve die titeltjes is de tekst wel in het Nederlands.

SCHRIJVEN ↘

BMW Belux
Lodderstraat 16
2880 BORNEM

WEBSTEK ↘

www.bmw-motorrad.be

STRALEN ↘

customer.services@bmw.be

SCHRIJVEN ↘

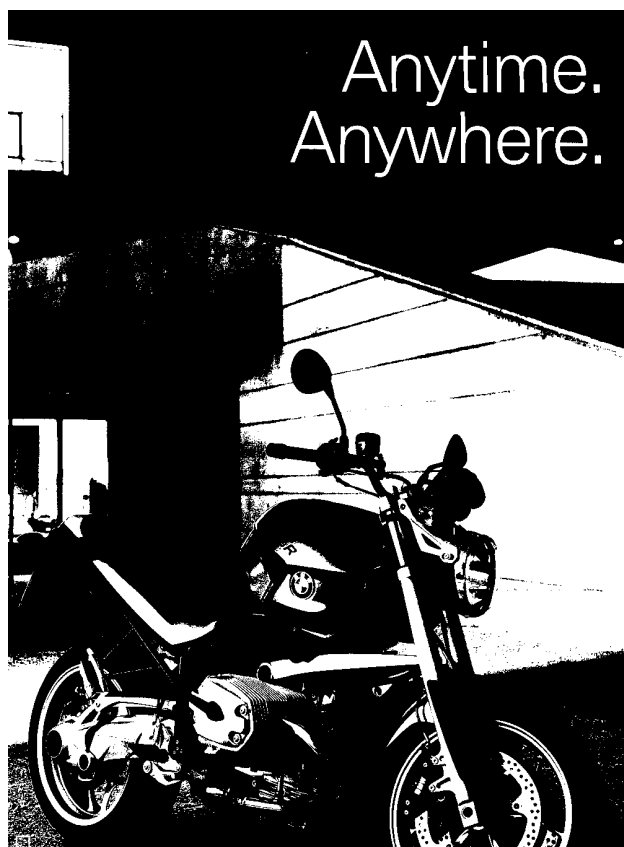
De Post
Muntcentrum
1000 BRUSSEL

BELLEN ↘

022/011.111

WEBSTEK ↘

www.depost.be



MAAR OOK NOG

TOYOTA

Op grote borden maakt Toyota reclame voor het model Yaris Kool. "Hot outside, Kool inside" luidt het. Ook op de webstek kan men deze slagzin terugvinden. Dezelfde auto wordt ook "bigSMALL" genoemd. Voor sommige andere types houdt de Japanse autoverkoper het ook bij het Engels, zoals "Auris, the new Toyota" en "Do something memorable" voor de Aygo.

Toen we een vorige keer schreven over "Today, tomorrow, Toyota" kregen we een weinig positief antwoord, maar tegen dergelijke grote affiches in het straatbeeld moeten we toch opnieuw protesteren.

SCHRIJVEN ↘

Toyota Belgium N.V.
Customer Relations Center
Avenue du Japon 51
1420 BRAINE-L'ALLEUD

BELLEN ↘

0800/999.55

WEBSTEK ↘

www.toyota.be

STRALEN ↘

via webstek

LIERSE

Voetbalclub Lierse heeft het dus uiteindelijk niet gehaald in de eindronde en zakt naar tweede klasse. De Engelse slagzinnen waarmee ze reclame maakten ("Fight like lions. No surrender!") hebben hen niet geholpen.

KBC

Een lezer laat ons weten dat er in De Standaard van 14 mei, over een volle pagina, een volledig Engelstalige personeelsadvertentie stond van de KBC. Hij heeft hier zelf al schriftelijk tegen geprotesteerd, en kreeg een antwoord waaruit we het volgende citeren :

De motivering om deze vacature (sic) in het Engels te publiceren, ligt in het feit dat de opdracht uitgaat van onze afdeling Merchant Banking. Merchant banking richt zich op buitenlandse activiteiten, de doelgroep om

te rekruteren ligt bij landgenoten die willen werken in een internationale omgeving en voor een groot deel van hun carrière in het buitenland zullen werken.

Zoals u weet is de KBC groep een grote groeier in Midden-Europa.

Wij begrijpen uw verbazing omdat u als Vlaming in uw vertrouwde kantoor steeds in het Nederlands wenst bediend te worden. De lokale kantoren delen wij in in het retailnet, een net van lokale kantoren. Wat onze internationale opdracht betreft opteerden wij voor het Engels als voertaal.

Wij vinden dat ook wij hiertegen moeten protesteren. De KBC is ontstaan uit de fusie van Cera en Kredietbank, en deze laatste had vroeger een Vlaams imago. Sinds de fusie blijft daar niets meer van over. Maar Vlaamsvoelend of niet, alle bedrijven zouden in een Nederlandstalige krant enkel Nederlandstalige aankondigingen moeten plaatsen. Dat de kandidaten in het buitenland zullen worden tewerkgesteld en dat ze zeer goed Engels moeten kunnen, kan ook in het Nederlands worden meegeleefd.

SCHRIJVEN ↘

KBC
Brusselsesteenweg 100
3000 LEUVEN

BELLEN ↘

078/152.153

FAXEN ↘

03/283.29.50

WEBSTEK ↘

www.kbc.be

STRALEN ↘

kbc.telecenter@kbc.be

VERKIEZINGEN

Een aantal kandidaten voor de voorbije verkiezingen vond het nodig om kiezers te werven in andere talen dan de taal van de regio waar ze opkwamen. In Vilvoorde zag men affiches voor Abdeslem Belahir van CD&V/N-VA met de tekst " Eerlijk en doortastend baan ik de weg van jullie toekomst ! Honnête et énergique je construis le chemin de votre futur !". Hierover ondervraagd haastte CD&V/N-VA zich te verklaren dat het om een vergissing ging, dat deze borden enkel bedoeld waren voor Brussel.

In Gent stuurde Fatma Pehlivan van SP.a tweetalige propaganda (N/F) naar medeburgers van vreemde origine, behalve naar de Turkse gemeenschap, die kregen een Turkstalige brief.

ANT-WOORDEN EN DADEN

VLAJO

In ons aprilnummer schreven we over het blad voor mini-ondernemingen Vlajo.org. Het antwoord :

Geachte heer,

Bedankt voor uw opbouwende kritiek (mag ik het zo noemen?) op ons magazine vlajo.org.

Evenwel wil ik u even meegeven dat wij 'bewust' kiezen voor het gebruik van Engelstalig koeterwaals, wat ik bij deze liever benoem als jongerenjargon.

Het is zo dat de lezers van ons magazine zich voornamelijk situeren onder de schoolgaande jeugd van 10-20 jaar. Schoolboeken geven mee dat deze leeftijdscategorie makkelijk te bereiken is via een taaltje dat ook wel jongerenjargon of jongeren slang wordt genoemd; een engeltalige benaming voor een veel voorkomend gegeven binnen de wereld van de jeugd, eveneens terug te vinden in de Grote Van Dale, hét naslagwerk voor hedendaags Nederlands.

Met andere woorden, we proberen de taal van onze jongeren te spreken, met dien verstaande dat het magazine voor én door jongeren geschreven is.

Teksten die wij binnengestuurd krijgen van hen, worden geredigeerd op een manier dat de eigenheid van de zelfgeschreven tekst niet verloren gaat.

Teksten die wij zelf schrijven, worden opgemaakt in een aantrekkelijke taal die nauw aansluit bij de leefwereld van onze jongeren.

Hoogachtend

*Ingrid Vande Velde
Centraal Management
Vlaamse Jonge Ondernemingen
Innovatie- en Incubatiecentrum*

FLANDRIA/VLAM

Een actie die al dateert van maart, waarvan het antwoord een poosje op zich deed wachten.

Beste mijnheer ...

Betreft : Start to Eat

Bedankt voor uw reactie. Er zijn een aantal redenen

waarom wij voor een Engelse benaming hebben gekozen in plaats van een Nederlandse. Wij willen graag onze keuze voor "start to Eat" (in het Engels) verklaren :

*1/ Start to Eat is een nevenproject naast onze deelname aan de evenementen van **Start to Run**. Wij willen mensen laten bewegen én gezond laten eten. Start to Run heeft zich op dit vlak al zeer goed bewezen, reeds duizenden mensen lopen nu met gemak 5 kilometer en meer. De naam is ook zeer goed ingeburgerd 8 jaar na de lancering van dit project. Door Start to Eat via de naamgeving duidelijk te linken aan Start to Run, kunnen we gebruik maken van de positieve associaties én van de concrete uitwerking van de actieve voedingsdriehoek (beweging + gezonde voeding).*

*2/ Start to Eat is ook gewoon een korte en krachtige naam. Eenvoudig te onthouden voor iedereen en het klinkt beter dan "begin te eten" of iets in die trant. Dat begint heel snel **gebiedend** te klinken en dat is het laatste wat we willen doen. Mensen met de vinger wijzen op wat ze wel en niet mogen eten, werkt namelijk tegendraads.*

Ik hoop u hiermee van dienst te zijn geweest,

*Vriendelijke groeten,
Annemieke De Bruyne*

Verantwoordelijke Marketing Flandria

LANAFORM (BIRKENSTOCK)

In het meinummer protesteerden we tegen een Engeltalige reclame voor de sandalen van Birkenstock. Het antwoord :

Geachte heer,

Wij hebben uw opmerking genoteerd en begrijpen uw standpunt.

Wij zullen voortaan rekening houden met uw standpunt en dat van andere lezers. Bij wijze van verklaring, niet een excuus, wil ik u graag medelen dat er voor het Engels werd gekozen omdat we 1 advertentie hadden gemaakt voor het hele Belgische territorium. Op praktische redenen was het sneller om 1 advertentie naar de verschillende media boven en onder de taalgrens te sturen. Omdat we ui-



teraard niet konden kiezen tussen het Frans en het Nederlands, hoopten we neutraal te zijn met het Engels.

Omdat dit blijkbaar niet het gewenste effect had, zullen wij ons best doen om voortaan een Nederlandstalige en een Franstalige verzie te publiceren.

Wat betreft de "Belgian attitude" was dat een verwijzing naar een deel van onze collectie die uitsluitend voor de Belgische markt gemaakt werd en die dus niet te verkrijgen is op de Duitse markt.

Hopende u hiermee ingelicht te hebben, danken wij u vriendelijk voor de opmerking en hopen wij dat Birkenstock u alsnog kan bekoren.

Vriendelijke groeten,

Dominique Buurke
N.V. LANAFORM S.A.
Junior Key Account

YOUNG CERA

Uit het aprilnummer dan weer, nog een actie tegen het al te licht gebruiken van Engels om jongeren aan te spreken. Een gelijkaardige reactie als van Vlajo.

Mijnheer ...,

Hartelijk dank voor uw bericht.
We geven het onverkort door aan de verantwoordelijken voor de communicatie bij Cera.

Het "taalgebruik bij jongeren" blijkt echter gecompliceerd.

Ze vinden het immers cool, a informal te dress: jeans, naai-

kies en teeshirts.

Ze downloaden tunes op hun iPod en so on.

Hoezeer u en ik de verloedering betreuren, ik vrees dat we zullen moeten leven met "if you can't beat them, join them".

Vriendelijke groeten,
Paul Peeters
ombudsman Cera

OUDENAARDE

Een actie uit ons meinummer.

Vanwege de stad Oudenaarde ontkennt men dat er tweetalige (N/F) brochures zijn verspreid. Waarschijnlijk een verouderd model waarvan we hopen dat het niet langer gebruikt zal worden.

Geachte heer,

Onze dienst verspreidt viertalige toeristische informatie. Alle info over de voornaamste historische monumenten is aanwezig in vier talen EN UITGESTALD. Wanneer men het museum bezoekt, is viertalige info eveneens aanwezig. Het stratenplan geeft zelfs een zestellige toelichting. Kunt u me aub uw adres mailen zodat ook het Stadsbestuur een gepast antwoord kan geven.

Ik kan u eventueel ook de brochures toesturen.
Met vriendelijke groeten

Geertrui van Kerkhoven
Diensthoud Toerisme Oudenaarde
Collectieverantwoordelijke Amuso

UITSMIJTER

Sinds de GB-zaken zijn overgenomen door het Franse Carrefour, worden daar nog meer producten van Franse origine verkocht dan voorheen. Vaak met Franse benamingen. Dat wisten we al, een medewerker heeft ons er al herhaaldelijk op gewezen en we hebben het in dit blad ook al eens vermeld.

Hou het in de gaten, zouden we zeggen. En het zal niet moeilijk zijn om te merken dat een product Frans is als het etiket eruitziet zoals dat van de witte bonen in to-

matensaus van Carrefour. Voor de vertaling van de tekst "haricots blancs à la sauce tomate" bedacht het Belgische vertaalbureau namelijk de parel "witte bonen aan de saus tomaat".

