

11 oktober 2013

# Eindrapport:

Evaluatie functie- en salarisgebouw CAO PU-OP

HayGroup



*Sharon Voeten*



---

## Inhoud

---

<b>1. Aanleiding.....</b>	<b>4</b>
1.1. Context.....	4
1.2. Opzet functiegebouw .....	4
1.3. Opzet loongebouw .....	4
<b>2. Projectvoorbereiding .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Onderzoek .....</b>	<b>6</b>
3.1. Toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid.....	6
3.2. Indeling in groei- en eindfuncties .....	7
3.3. Mogelijke oplossingsrichtingen functieprofielen .....	7
3.4. Mogelijke oplossingsrichtingen functiegebouw .....	8
3.5. Mogelijke oplossingsrichtingen salarisgebouw .....	9
<b>4. Actualisatie functieprofielen, functie- en salarisgebouw .....</b>	<b>10</b>
4.1. Functieprofielen .....	10
4.2. Functiegebouw .....	10
4.3. Loongebouw .....	11
<b>5. Geactualiseerde functieprofielen Publiekstijdschriften .....</b>	<b>12</b>

5.1.	Hoofdredacteur Publiekstijdschrift .....	13
5.2.	Adjunct hoofdredacteur Publiekstijdschrift .....	16
5.3.	Chef redactie Publiekstijdschrift.....	19
5.4.	Redacteur Publiekstijdschrift.....	22
<b>6.</b>	<b>Geactualiseerde functieprofielen Opinieweekbladen .....</b>	<b>28</b>
6.1.	Hoofdredacteur Opinieweekblad .....	29
6.2.	Adjunct hoofdredacteur Opinieweekblad .....	33
6.3.	Chef deelredactie Opinieweekblad .....	37
6.4.	Redacteur Opinieweekblad .....	40
<b>7.</b>	<b>Geactualiseerde referentiefunctieprofielen Eindredactie PU en OP.....</b>	<b>46</b>
7.1.	Eindredacteur .....	47
<b>8.</b>	<b>Geactualiseerde referentiefunctieprofielen Vormgeving .....</b>	<b>50</b>
8.1.	Art director.....	51
8.2.	Chef vormgeving .....	55
8.3.	Vormgever .....	58

## 1. Aanleiding

In de CAO voor publiekstijdschriftjournalisten en de CAO voor opinietijdschriftjournalisten (PU-OP) van 1 april 2011 - 31 maart 2013 is afgesproken dat gedurende de looptijd van de CAO in opdracht van het Bedrijfstakbureau de toepassing van het functie-indelingsysteem wordt geëvalueerd (protocollaire bepaling 20).

### 1.1. Context

De CAO PUOP kent een functie-/loongebouw dat in 2006 is ingevoerd. Dit functie-/loongebouw is ontwikkeld door Hay Group in samenwerking met (HR-)managers van publieks- en opinietijdschriftenuitgeverijen en vertegenwoordigers van de NVJ. De journalisten worden in dit functie-/loongebouw in een functiegroep ingedeeld naar de aard van de door hen te verrichten werkzaamheden. De basis voor de indeling is het Handboek "Functieprofielen en Functieniveaumatrix CAO voor Publiekstijdschriftjournalisten en CAO voor Opinieweekbladjournalisten" en de bijbehorende voorlichtingsbrochure "Functie-indelingsstelsel en loongebouw behorende bij de CAO PUOP".

### 1.2. Opzet functiegebouw

De opzet van het ontwikkelde functie-/loongebouw is, dat de journalist wordt ingedeeld in een 'groefunctie' of een 'eindfunctie'. Groefuncties zijn de niveaus die tijdens de professionele ontwikkeling worden bekleed, maar waarvan het in de betreffende organisatie ongewenst wordt geacht dat een medewerker op dat niveau blijft 'hangen'. Eindfuncties zijn de niveaus die door de organisatie zijn aangemerkt als de gewenste of maximaal bereikbare professionele niveaus. Dit kunnen de hogere niveaus voor de redactionele ladder zijn met een heel groeitraject eronder, maar voor vormgeving en eindredactie worden de eindfuncties ook op lagere niveaus gevonden. In beginsel kunnen organisaties ook kiezen voor een model waarin uitsluitend eindfuncties zijn opgenomen. Dit laatste kan passend zijn wanneer alleen eenvoudige titels worden uitgegeven, met relatief laag niveau journalistiek werk onder leiding van een chef.

### 1.3. Opzet loongebouw

Het salaris wordt bepaald op basis van de indeling van de functie in een functiegroep. Iedere salarisschaal kent een minimum, een zogenaamd tussenmaximum voor groefuncties en een zogenaamd schaalmaximum voor eindfuncties. Daarnaast zijn er verschillende periodiekstappen voor de basisschaal (tussen minimum en tussenmaximum) en de topschaal (tussen het tussenmaximum en het schaalmaximum voor eindfuncties).

## 2. Projectvoorbereiding

De eerste bijeenkomst van de paritaire werkgroep vond plaats op 4 september 2012. Aanwezig waren alle leden van de paritaire werkgroep, namelijk:

- Yvonne Dankfort (NVJ)
- Ruud Schets (NUV)
- Remko Nods (Reed Business)
- Corinne Lindeboom (Sanoma)
- Irena Szarzynski (Weekbladpers)

Tijdens deze eerste bijeenkomst stond de bespreking van de projectaanpak centraal. Er werd afgesproken WPG, Sanoma en Hearst te benaderen voor een interview, met Reed Elsevier als reserve. Uiteindelijk heeft Hearst besloten geen medewerking te verlenen aan dit onderzoek.

Ter ondersteuning van de interviews zijn de volgende vragen geformuleerd door de paritaire werkgroep:

- Gebruiksvriendelijkheid van het materiaal
  - Heeft u het handboek / hebben medewerkers de voorlichtingsbrochure in print?
  - Gebruikt u het handboek?
  - Suggesties voor gebruiksvriendelijkheid
- Indeling in groei- en eindfuncties
  - Hoeveel groei- en eindfuncties in de praktijk (bij invoering / heden (in hoeverre speelt de recessie een rol?)); hoe is de verdeling?
  - In hoeverre is indeling afhankelijk van ontwikkeling van medewerker en in hoeverre van de beschikbare formatie?
  - Hoe wordt omgegaan met indeling van medewerkers bij indiensttreding en doorgroei? (is overgang naar groeifunctie nog mogelijk, nadat medewerker eenmaal in eindfunctie is ingedeeld?)
- Inzoomen op functiegebouw
  - In hoeverre zijn er problemen met de indeling van bepaalde functies/rangorde van het indelingsinstrument (vanuit werkgroep worden deze verwacht bij Eindredacteur en Vormgever/Art Director)
  - Klopt de indeling in Hoofdredacteur A, B en C (en de bijbehorende criteria) nog steeds?
- Hoe worden de differentiërende factoren gebruikt in de praktijk? Hoe pakken ze uit?
- Inzoomen op salarisgebouw
  - Ervaringen met de toepassing (in combinatie met de indelingssystematiek)

### 3. Onderzoek

Tijdens deze stap heeft de consultant van Hay Group zich een beeld gevormd van de ervaringen met de toepassing van het functie/loongebouw in de praktijk aan de hand van de door de paritaire werkgroep geformuleerde vragen.

De volgende personen zijn tijdens deze stap geïnterviewd:

- Elsevier (14 november 2012)
  - Arendo Joustra (hoofdredacteur Elsevier)
  - Remko Nods (redacteur Elsevier)
- Sanoma (17 december 2012)
  - Tineke Verhoeven (redactioneel adviseur paardenbladen)
  - Claudia Straatman (hoofdredacteur FAB)
  - Corinne Lindeboom (HR)
- WPG (9 januari 2013)
  - Frits van Exter (hoofdredacteur Vrij Nederland)
  - Ruud Hollander (uitgever/creative director Psychologie Magazine, Yoga Magazine, Happinez)
  - Irena Szarzynski (HR)

De bevindingen uit de interviews zijn door de consultant van Hay Group aan de paritaire werkgroep gepresenteerd tijdens de bijeenkomst van 14 maart.

#### 3.1. Toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid

Uit de interviews zijn de volgende bevindingen naar voren gekomen ten aanzien van de toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid van het Handboek “Functieprofielen en Functieniveaumatrix CAO voor Publiekstijdschrift-journalisten en CAO voor Opinieweekbladjournalisten” en de bijbehorende voorlichtingsbrochure “Functie-indelingsstelsel en loongebouw behorende bij de CAO PUOP”:

- De functieprofielen zijn in de bezochte organisaties beschikbaar (via portal of in print bij HR).
- De voorlichtingsbrochure en functieprofielen zijn goed toegankelijk via de website van het Bedrijfstakbureau.
- Het handboek wordt door hoofdredacteurs vooral als toets gebruikt (op de achtergrond bij functioneringsgesprekken) en wordt als bruikbaar beoordeeld.
- Medewerkers gebruiken de profielen om te onderbouwen in welke groep hun functie thuishoort als dat naar hun mening niet (meer) correct is.
- Het handboek wordt als gebruiksvriendelijk ervaren.

### 3.2. Indeling in groei- en eindfuncties

De volgende bevindingen zijn naar voren gekomen ten aanzien van de indeling in groei- en eindfuncties:

- Het verschijnsel groei- en eindfuncties leeft niet echt, behalve bij het laagste niveau van redacteur (is groeifunctie); verder wordt gewerkt met promotie tussen niveaus.
- Bij invoering is ingedeeld op grond van bestaande verhoudingen/salarissen.
- Er is in het algemeen weinig verloop of doorstroming op redacties. Indeling is vooral afhankelijk van beschikbare formatie; kosten spelen een belangrijke rol; ontwikkeling van de medewerker als indelingsprincipe moet geformaliseerd worden via promotie.
- Bij indiensttreding wordt ingedeeld op basis van opleiding, ervaring, interne verhoudingen, maar ‘als je iemand van buiten per se wilt hebben, betaal je de prijs’.
- Daar waar het functiegebouw niet wordt toegepast, wordt bij beloning interne consistentie nagestreefd (hetgeen als resultaat heeft dat er geen onderling gemor is).

### 3.3. Mogelijke oplossingsrichtingen functieprofielen

Naar aanleiding van de bevindingen zijn door de consultant van Hay Group de volgende mogelijke oplossingsrichting(en) voorgesteld ten aanzien van het actualiseren van de functieprofielen:

- De functieprofielen media-/platformneutraal te maken, de invloed van digitalisering (bv bloggen, social media, twitter) en het toegenomen belang van sales/marketing (merk, events) toe te voegen.
- Een sterkere koppeling te maken met de frequentie (week- of maandblad).
- De toenemende commerciële verantwoordelijkheid van hoofdredacteurs mee te nemen (financieel resultaat; derde geldstroom; ideeën ontwikkelen, cross mediaal, merk exploiteren).

Tevens is de vraag voorgelegd of het nodig werd gevonden aparte profielen voor beeldredacteur en webredacteur op te nemen.

De paritaire werkgroep heeft vervolgens aan de consultant van Hay Group opdracht gegeven de functieprofielen te actualiseren zoals hierboven beschreven.

Het werd niet nodig gevonden aparte functieprofielen te maken voor de functies beeldredacteur en webredacteur. Deze kunnen worden ingedeeld met behulp van het functieprofiel redacteur.

### 3.4. Mogelijke oplossingsrichtingen functiegebouw

Ten aanzien van de groepen A, B en C van het functiegebouw is de vraag voorgelegd of er nog behoefte was aan de functie Art Director A in groep A en of een dergelijke functie niet veeleer in groep 5 voorkwam.

Groep	PU	OP	Vormgeving
C	Hoofdredacteur A		
B	Hoofdredacteur B	Hoofdredacteur A	
A	Hoofdredacteur C Adj-Hoofdredacteur A	Hoofdredacteur B Adj-Hoofdredacteur A	<i>Art Director A (vervallen)</i>
5	Adj-Hoofdredacteur B	Hoofdredacteur C Adj-Hoofdredacteur B	<i>Art director A (was A)</i>

De paritaire werkgroep heeft afgesproken om op de volgende bijeenkomst de inhoud van de functie Art Director te bespreken. Aan de hand hiervan zou worden beoordeeld of het verlagen van de indeling terecht is.

Ten aanzien van de groepen 1 t/m 5 zijn de volgende vragen/voorstellen voorgelegd:

Groep	PU	OP	Eindredactie	Vormgeving
5	Chef redactie (groot/weekblad) Redacteur A (handhaven?)	Chef deelredactie Redacteur A	<i>Chef eindredactie weekblad OP (was 4)</i>	<i>Art director A (was A)</i>
4	<i>Chef (deel)redactie (klein/maandblad)</i> Redacteur B	Redacteur B	<i>Chef eindredactie PU Eindredacteur OP (was 3)</i>	<i>Art director B (was 5) Chef Vormgeving? Vormgever A</i>
3	Redacteur C	Redacteur C	<i>(Technisch) eindredacteur (was 2)</i>	Vormgever B
2	Redacteur D	Redacteur D		
1	Redacteur E (handhaven?)			



De besluiten van de paritaire werkgroep zijn in de volgende tabel weergegeven. Ten aanzien van de ‘lichte’ Art Director B en Chef Vormgeving is afgesproken deze met elkaar te vergelijken, en zo mogelijk een alternatieve functiebenaming vast te stellen.

Groep	PU	OP	Eindredactie	Vormgeving
5	Chef redactie Redacteur A	Chef deelredactie Redacteur A		Art director A (was A)
4	<i>Chef deelredactie</i> Redacteur B	Redacteur B	<i>Chef eindredactie weekblad OP (misschien 5)</i>	Art director B (was 5) Chef Vormgeving? Vormgever A
3	Redacteur C	Redacteur C	<i>Chef eindredactie PU Eindredacteur OP (misschien 4)</i>	Vormgever B
2	Redacteur D	Redacteur D	<i>(Technisch) eindredacteur (misschien 3)</i>	
1	Redacteur E			

### 3.5. Mogelijke oplossingsrichtingen salarisgebouw

Naar aanleiding van de bevindingen ten aanzien van het salarisgebouw zijn door de consultant van Hay Group de volgende aanpassingen voorgesteld dan wel dilemma's voorgelegd:

- Opheffen van het verschil tussen groei- en eindfunctie.
- Opheffen van het tussenmax; moet echter de snellere salarisgroei onderin de schaal worden gehandhaafd?
- Semi-automatismen van de periodieke stappen vs sterkere invloed beoordeling: mogelijkheid rsp-tabel af te spreken op bedrijfsniveau?
- Open vs gesloten schalen?
- Het opnemen van demotiemogelijkheden / afbouwmogelijkheid van het salaris in de cao.

## 4. Actualisatie functieprofielen, functie- en salarisgebouw

Tijdens de bijeenkomsten van de paritaire werkgroep op 23 mei en 10 juni zijn de geactualiseerde functieprofielen besproken. Tevens is het definitieve functiegebouw vastgesteld en zijn besluiten genomen ten aanzien van het loongebouw.

### 4.1. Functieprofielen

Na bespreking van de functieprofielen tijdens de bijeenkomsten van de paritaire werkgroep heeft de consultant tweede concepten gestuurd naar de leden met de mogelijkheid aanpassingen voor te stellen voor 3 juli. Van deze mogelijkheid is geen gebruik (meer) gemaakt. Daarna zijn de concepten definitief gemaakt.

### 4.2. Functiegebouw

Door de paritaire werkgroep is het volgende functiegebouw vastgesteld:

Groep	PU	OP	Eindredactie	Vormgeving
C	Hoofdredacteur A			
B	Hoofdredacteur B	Hoofdredacteur A		
A	Hoofdredacteur C Adj-Hoofdredacteur A	Hoofdredacteur B Adj-Hoofdredacteur A		
5	Adj-Hoofdredacteur B Chef redactie Redacteur A	Hoofdredacteur C Adj-Hoofdredacteur B Chef deelredactie Redacteur A		Art Director A
4	Redacteur B	Redacteur B	Eindredacteur A	Art Director B Chef vormgeving Vormgever A
3	Redacteur C	Redacteur C	Eindredacteur B	Vormgever B
2	Redacteur D	Redacteur D	Eindredacteur C	Vormgever C
1	Redacteur E	Redacteur E		

### **4.3. Loongebouw**

Ten aanzien van het loongebouw heeft de paritaire werkgroep de volgende besluiten genomen:

- Opheffen van het verschil tussen groei- en eindfunctie.
- Opheffen van het tussenmax; gelijke salarisstijging onder en boven in de schaal.
- Afspraken ten aanzien van beoordeling worden niet in de cao geregeld, maar op ondernemingsniveau. In de cao komen wel spelregels ten aanzien van het beoordelingssysteem.
- Handhaven van de open schalen.

## 5. Geactualiseerde functieprofielen Publiekstijdschriften

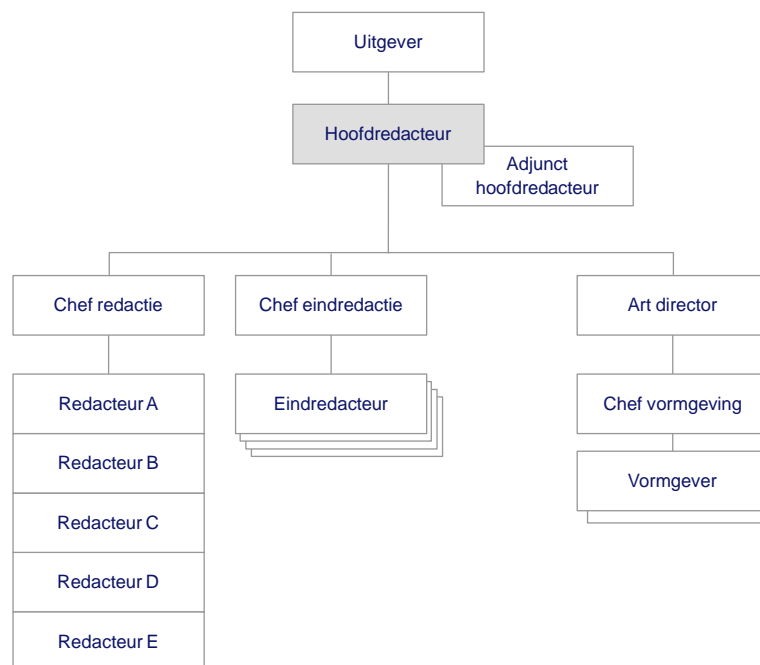
- Hoofdredacteur
- Adjunct-Hoofdredacteur
- Chef redactie
- Redacteur

### 5.1. Hoofdredacteur Publiekstijdschrift

#### Doel van de functie

Formuleren van de redactionele/merk formule binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen en zorgdragen voor het continu ontwikkelen van de titel/het merk en de daarmee samenhangende uitingen/kanalen, zodanig dat een rendabele positionering van de titel/het merk en de daarmee samenhangende uitingen/kanalen wordt gerealiseerd met als doel bij te dragen aan de continuïteit, groei en het rendement van de organisatie.

#### ORGANISATIESCHEMA



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Redactionele formule en beleid</b>	
Redactionele formule en redactioneel beleid op (middel-) lange termijn, binnen de aangegeven uitgedoelstellingen, afgestemd op ontwikkelingen binnen de doelgroep, de lezersmarkt en het segment.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formuleren van het redactionele en vormgevingsbeleid op (middel-) lange termijn</li> <li>▪ Doen van voorstellen aan de uitgever ten aanzien van het beleid voor lezers- en advertentiemarkt, (markt)positie van de titel/het merk e.d.</li> <li>▪ Bijhouden van ontwikkelingen in de markt, bij (internationale) media, op het vakgebied en bij de doelgroep</li> <li>▪ Ontwikkelen van nieuwe uitingen/kanalen, binnen de aangegeven uitgedoelstellingen</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling en innovatie</b>	
Redactionele inhoud van de titel/het merk, uitgaande van de redactionele formule en het redactioneel beleid, en ontwikkeling van nieuwe uitingen/kanalen die optimaal aansluiten bij de wensen van de doelgroep en bijdragen aan de (commerciële) doelstellingen in lijn met uitgedoelstellingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overdragen van redactione(e)l(e) formule en beleid aan de redactie en bewaken van redactione(e)l(e) onafhankelijkheid, formule en beleid</li> <li>▪ Leiden, stimuleren en entameren van ideeënvorming over uitingen/kanalen, content en thema's</li> <li>▪ Ontwikkelen van nieuwe concepten en productideeën in relatie tot de titel/het merk</li> <li>▪ Bepalen van coverbeleid en zorgen voor maken van coverteksten en –beeld</li> </ul>
<b>3. Imago en merk</b>	
Positionering van de titel/het merk in de markt, in samenwerking met Marketing & Verkoop, ter ondersteuning en bevordering van de exploitatie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ontwikkelen van het merk en het imago</li> <li>▪ Zorgdragen voor representatie van de titel/het merk in de daartoe geëigende kanalen</li> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een netwerk van relevante partijen</li> </ul>
<b>4. Redactionele productie</b>	
Uniforme en consequente journalistieke kwaliteit van de content, binnen de redactionele formule en het redactionele beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zorgdragen voor de redactionele planning</li> <li>▪ Selecteren van onderwerpen</li> <li>▪ Stellen van prioriteiten in de redactionele invulling</li> <li>▪ Redactionele content beoordelen op kwaliteit en toetsen aan de redactionele formule</li> <li>▪ Produceren van redactionele content</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>5. Budgetten</b>	
Controle over budgetbestedingen en mogelijkheid om bij te sturen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opstellen van (deel)budgetten voor de redactie, binnen het toegewezen totaalbudget door de uitgever</li> <li>▪ Beheren en bewaken van de budgetten en voorkomen van overschrijdingen</li> <li>▪ Opstellen van managementrapportages</li> </ul>
<b>6. Leiding geven</b>	
Een optimale bezetting van de redactie, binnen de gegeven begroting.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voordragen van medewerkers voor aanname, overplaatsing en ontslag</li> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en beoordelen van de medewerkers</li> </ul>

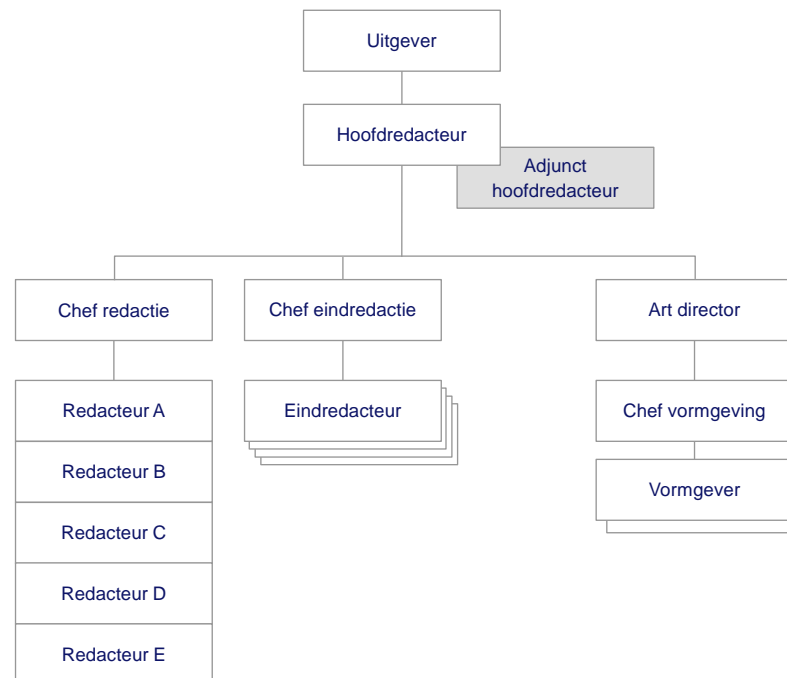
DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Hoofdredacteur A	Hoofdredacteur B	Hoofdredacteur C
De hieronder genoemde differentiërende factoren bepalen het verschil in zwaarte tussen de functies Hoofdredacteur A, B en C.			
<b>1. Redactiebudget (externe + interne kosten)</b>			
<b>2. Impact</b>			
<b>3. Aantal titels/span of control</b>			
<b>4. Dynamiek</b>			

## 5.2. Adjunct hoofdredacteur Publicistijdschrift

### Doel van de functie

Ondersteunen van de hoofdredacteur door het aansturen van de redactie van de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen gericht op de informatieverstrekking aan een specifieke doelgroep, binnen de kaders van redactione(e)le formule en beleid en de aangegeven uitgeefdoelstellingen.

### ORGANISATIESCHEMA





RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Redactionele koers, imago en merk</b>	
Bijdrage aan redactione(e)l(e) formule, de positionering in de markt en het redactioneel beleid op (middel-) lange termijn, in overleg met de hoofdredacteur en uitgever, afgestemd op ontwikkelingen binnen de doelgroep, de lezersmarkt en het segment.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formuleren van het redactionele en vormgevingsbeleid op (middel-) lange termijn</li> <li>▪ Doen van voorstellen aan de uitgever ten aanzien van het beleid voor lezers- en advertentiemarkt, (markt)positie van de titel/het merk e.d.</li> <li>▪ Bijhouden van ontwikkelingen bij de doelgroep, in het segment, bij (internationale) media en op het vakgebied</li> <li>▪ Bijdragen aan de ontwikkeling van nieuwe uitingen, binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling en innovatie</b>	
Bijdrage aan redactionele inhoud van de titel/het merk, uitgaande van de redactionele formule en het redactioneel beleid, en ontwikkeling van nieuwe uitingen/kanalen die optimaal aansluiten bij de wensen van de doelgroep en bijdragen aan de (commerciële) doelstellingen in lijn met uitgeefdoelstellingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overdragen van redactione(e)l(e) formule en beleid aan de redactie en bewaken van redactione(e)l(e) onafhankelijkheid, formule en beleid</li> <li>▪ Leiden, stimuleren en entameren van ideeënvorming over uitingen/kanalen, content en thema's</li> <li>▪ Aandragen van nieuwe concepten en productideeën in relatie tot de titel/het merk</li> </ul>
<b>3. Redactionele productie</b>	
Bijdrage aan uniforme en consequente journalistieke kwaliteit van de content, binnen de redactionele formule en het redactionele beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zorgdragen voor de redactionele planning</li> <li>▪ Selecteren van omslagartikel, selecteren van onderwerpen</li> <li>▪ Stellen van prioriteiten in de redactionele invulling</li> <li>▪ Redactionele content beoordelen op kwaliteit en toetsen aan de redactionele formule</li> </ul>
<b>4. Redactionele content (variant)</b>	
Journalistieke bijdragen met een informerende strekking, geschikt voor diverse uitingen, conform planning, goedgekeurd door de hoofdredacteur en in lijn met de informatiebehoeften van de doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven en bewerken van geselecteerde onderwerpen tot heldere, op de aard en specifieke informatiebehoefte van de doelgroep afgestemde teksten</li> <li>▪ Uitwerken van informatie in een geschikt genre (interview, verslag, achtergrondverhaal, nieuwsbrief, analyse)</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>5. Representatie en netwerk</b>	
Representatie van de titel/het merk alsmede beschikken over een netwerk dat bijdraagt aan een effectieve uitoefening van de functie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vertegenwoordigen en/of promoten van de titel/het merk in of via de daartoe geëigende kanalen</li> <li>▪ Optreden als deskundige/representant van de titel</li> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een relevant netwerk</li> </ul>
<b>6. Leiding geven</b>	
Bijdrage aan een optimale bezetting van de redactie, binnen de gegeven begroting.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aansturen van de medewerkers bij de dagelijkse werkzaamheden</li> <li>▪ Voordragen van medewerkers voor aanname, overplaatsing en ontslag</li> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en beoordelen van de medewerkers</li> </ul>

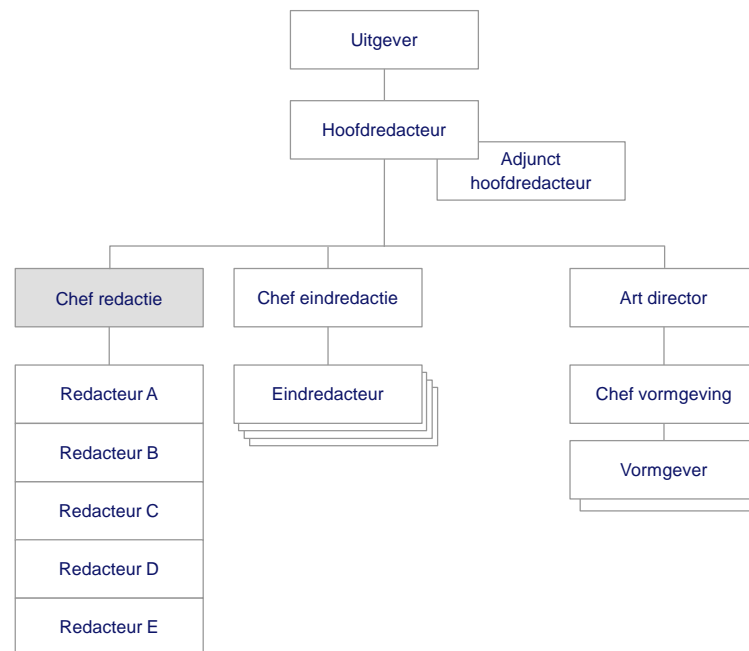
DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Adjunct hoofdredacteur A	Adjunct hoofdredacteur B
De hieronder genoemde differentiërende factoren bepalen het verschil in zwaarte tussen de functies Adjunct hoofdredacteur A en B . Ten aanzien van de resultaatgebieden ligt de nadruk op ofwel ondersteuning van de hoofdredacteur op leidinggevend gebied ofwel op inhoudelijk gebied. Voor de zwaarte van de functie maakt dit geen verschil.		
<b>1. Redactiebudget</b>		
<b>2. Impact</b>		
<b>3. Aantal titels/span of control</b>		
<b>4. Dynamiek</b>		

### 5.3. Chef redactie Publicstijdschrift

#### Doel van de functie

Bijdragen aan de redactionele koers van de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen/kanalen, alsmede bewaken van de journalistieke kwaliteit van de toegewezen deelredactie en coördineren van de werkzaamheden van deze deelredactie, binnen de kaders van redactione(e)le formule en beleid en de aangegeven uitgeoefendstellingen, gericht op een optimaal georganiseerde deelredactie.

#### ORGANISATIESCHEMA



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Bijdrage redactionele koers, imago en merk</b>	
Bijdrage aan de redactione(e)l(e) formule, de positionering in de markt en het beleid van de titel/het merk voor de toegewezen deelredactie, in overleg met de hoofdredacteur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Doen van voorstellen voor de ontwikkeling van redactionele formule en beleid</li> <li>▪ Doen van voorstellen voor content en thema's voor de titel/het merk</li> <li>▪ Identificeren van mogelijkheden voor met de titel/het merk samenhangende uitingen/kanalen die bijdragen aan de positie en het imago van de titel/het merk</li> <li>▪ Signaleren van ontwikkelingen in de maatschappij, bij de doelgroep, in het segment, bij (internationale) media en op het vakgebied</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling deelredactie</b>	
Redactionele output van de deelredactie, die voldoet aan de redactionele formule, het redactionele beleid en past bij het 'DNA' van de titel/het merk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overdragen aan deelredactie en bewaken van redactione(e)l(e) formule en beleid</li> <li>▪ Stimuleren en entameren van ideeënvorming over vorm, inhoud en thema's voor de deelredactie</li> </ul>
<b>3. Planning deelredactie</b>	
Inzicht in plannen en doelstellingen van de deelredactie, afgeleid van redactione(e)l(e) formule en beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bijdragen aan het opstellen van het redactiebrede jaarprogramma, samen met hoofdredacteur en overige chefs</li> <li>▪ Opstellen en bijhouden van de jaarplanning van de deelredactie</li> <li>▪ Overdragen van planning aan de deelredactie</li> </ul>
<b>4. Redactionele bijdragen deelredactie</b>	
Journalistieke bijdragen, geschikt voor diverse uitingen/kanalen/kanalen in het kader van de geplande redactionele output en passend binnen de afgesproken formule.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maken en bewaken van afspraken met redacteuren en medewerkers over content</li> <li>▪ Beoordelen van individuele redactionele content op kwaliteit</li> <li>▪ Beoordelen van de totale deelredactie op samenhang en inhoudelijk-journalistieke kwaliteit</li> <li>▪ Bewaken van deadlines, in overleg met eindredactie en beeldredactie</li> <li>▪ Begeleiden van minder ervaren redacteuren</li> </ul>

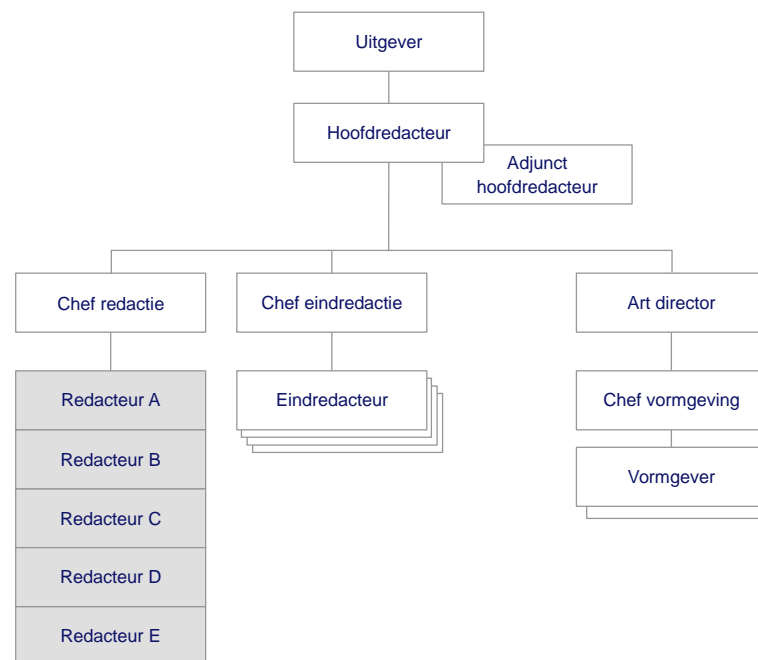
RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>5. Redactionele content</b>	
Journalistieke bijdragen met een in het algemeen opiniërende strekking, geschikt voor diverse uitingen/kanalen/kanalen, conform planning, goedgekeurd door de (adjunct-)hoofdredacteur en in lijn met de informatiebehoeften van de doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven en bewerken van geselecteerde onderwerpen tot heldere, op de lezersdoelgroep afgestemde teksten, met een in het algemeen opiniërende strekking</li> <li>▪ Uitwerken van informatie in een geschikt genre (interview, verslag, achtergrondverhaal, nieuwsbrief, analyse)</li> </ul>
<b>6. Netwerk</b>	
Representatie van de titel/het merk alsmede beschikken over een netwerk dat bijdraagt aan een effectieve uitoefening van de functie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vertegenwoordigen en/of promoten van de titel/het merk in of via de daartoe geëigende kanalen</li> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een relevant netwerk</li> </ul>
<b>7. Budget deelredactie</b>	
Controle over het toegewezen budget en volledig en actueel inzicht in de budgetbesteding.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voeren van de administratie van de eigen deelredactie</li> <li>▪ Bewaken van het toegewezen budget</li> <li>▪ Maken van afspraken met free lance medewerkers over honoraria en onkostenvergoedingen</li> </ul>
<b>8. Leiding geven</b>	
Bijdrage aan een optimale bezetting van de redactie, binnen de door de (adjunct) hoofdredacteur aangegeven kaders.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en mede beoordelen van de medewerkers van de redactie</li> </ul>

### 5.4. Redacteur Publiekstijdschrift

#### Doel van de functie

Produceren van redactionele content voor de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen/kanalen, overeenkomstig de redactionele formule, de overeengekomen plannings en binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen

#### ORGANISATIESCHEMA



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Bijdrage aan redactionele beleid</b>	
Bijdrage aan het redactionele beleid, in overleg met de hoofdredacteur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Volgen van ontwikkelingen met betrekking tot de informatievraag en het informatieaanbod</li> <li>▪ Signaleren van trends en beoordelen daarvan op relevantie voor de titel/het merk</li> <li>▪ Ontwikkelen van ideeën en voorstellen voor de aanpassing/vernieuwing de titel/het merk</li> <li>▪ Inbrengen van ideeën en voorstellen voor redactionele formule en beleid gericht op vernieuwing</li> <li>▪ Doen van voorstellen voor met de titel/het merk samenhangende uitingen/kanalen voor content en thema's</li> <li>▪ Identificeren van mogelijkheden voor evenementen die bijdragen aan de bekendheid en kwaliteit van de titel/het merk</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling</b>	
Bijdrage aan de journalistieke kwaliteit en ideeën voor nieuwe publicaties, passend binnen redactionele beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Signaleren van voor de doelgroep relevante informatie en ontwikkelingen</li> <li>▪ Onderkennen van nieuwswaarde, relevantie of mogelijkheden voor redactionele content voor diverse uitingen/kanalen en vertalen naar concrete acties</li> <li>▪ Aandragen van onderwerpen voor diverse uitingen/kanalen</li> </ul>
<b>3. Informatieverzameling</b>	
Verdieping en inzicht in gekozen onderwerpen, met behulp van diverse bronnen en in lijn met journalistieke normen en eventueel binnen de kaders van de ontvangen briefing.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vergaren en selecteren van informatie uit diverse bronnen</li> <li>▪ Inventariseren van informatiebehoefte van doelgroep</li> <li>▪ Uitdiepen van bronmateriaal en onderwerpen</li> <li>▪ Informatie uit de markt halen t.b.v. de doelgroep</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>4. Redactionele context</b>	
Redactionele bijdragen in lijn met de informatiebehoeften van de doelgroep conform planning.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven en bewerken van geselecteerde onderwerpen tot heldere, op de aard en specifieke informatiebehoefte van de doelgroep afgestemde content</li> <li>▪ Produceren van content voor de uitingen/kanalen van de titel/het merk</li> <li>▪ Toevoegen van links en/of extra multimediale elementen</li> <li>▪ Briefen van freelance redacteuren</li> </ul>
<b>5. Vakgebied/segment</b>	
Kennis van en bekendheid met relevante ontwikkelingen in het vakgebied/segment.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bijhouden van ontwikkelingen in het vakgebied/segment</li> <li>▪ Verzamelen van documentatie, plegen van onderzoek</li> <li>▪ Bezoeken van bedrijven, personen en instellingen</li> <li>▪ Bijhouden van vakliteratuur</li> </ul>
<b>6. Netwerk</b>	
Een netwerk dat bijdraagt aan een effectieve uitoefening van de functie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een relevant netwerk</li> <li>▪ Representeren van de titel/het merk</li> </ul>
<b>7. Beeld (variant)</b>	
Beeldmaterialen, aansluitend op de redactionele inhoud en passend bij de redactionele formule.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedenken van passend beeldmateriaal</li> <li>▪ (Laten) produceren van beeld voor de titel/het merk, door internen of externen</li> <li>▪ Briefen van beeldproducenten</li> <li>▪ Bewaken van het beschikbare beeldbudget</li> </ul>
<b>8. Coördinatie afdelingswerkzaamheden</b>	
Bevordering van doelmatige, efficiënte en kwalitatief hoogwaardige werkuitvoering, binnen de gekregen bevoegdheden en gemaakte afspraken.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informeren van (freelance) (beeld)redacteuren over de te verrichten werkzaamheden</li> <li>▪ Geven van aanwijzingen en instructies over te volgen werkwijzen en procedures</li> <li>▪ Maken van werkroosters en eventueel stellen van prioriteiten</li> <li>▪ mede beoordelen van resultaten en toezien op en bevorderen van een kwalitatief en kwantitatief juiste voortgang van werkzaamheden</li> </ul>



DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Redacteur A	Redacteur B	Redacteur C	Redacteur D	Redacteur E
Het verschil in niveau tussen de functies redacteur wordt verder bepaald door de hieronder genoemde verschillen in kennis en vaardigheden die op de onderscheiden niveaus worden vereist.					
<b>1. Bijdrage aan redactionele beleid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mede ontwikkelen van voorstellen en plannen met betrekking tot het redactionele beleid en uitwerken van goedgekeurde voorstellen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aandragen van ideeën voor vernieuwing van de titel/het merk aan de hoofdredacteur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doen van voorstellen voor de redactionele invulling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doen van voorstellen voor de redactionele invulling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meedenken over het karakter van de titel/het merk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>
<b>3. Informatieverzameling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zelfstandig onderzoeken van een breed en complex scala aan onderwerpen. Verrichten van onderzoek voor grote reportages.</li> <li>Verkrijgen van informatie is relatief complex.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zelfstandig onderzoeken van bronnen voor bijdragen met een oorspronkelijk karakter en gedeeltelijk zelfstandig voor complexere en grotere onderzoeken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gedeeltelijk zelfstandig verrichten van onderzoek voor het schrijven van teksten met een oorspronkelijk karakter</li> <li>Informatie is redelijk toegankelijk en er is weinig weerstand bij eventuele te interviewen personen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vergaren informatie op basis van duidelijk omschreven opdrachten voor zowel de vorm als de inhoud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op aanwijzing en onder begeleiding.</li> <li>Informatie is direct toegankelijk en te interviewen personen werken graag mee.</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Redacteur A	Redacteur B	Redacteur C	Redacteur D	Redacteur E
Het verschil in niveau tussen de functies redacteur wordt verder bepaald door de hieronder genoemde verschillen in kennis en vaardigheden die op de onderscheiden niveaus worden vereist.					
<b>4. Redactionele content</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedenkt onderwerpen voor zichzelf en anderen.</li> <li>▪ Schrijven van grote reportages, belangrijke artikelen en / of belangrijke rubrieken.</li> <li>▪ Schrijven gezichts-bepalende artikelen met potentieel afbreukrisico.</li> <li>▪ Idem voor beeld.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedenkt eigen onderwerpen.</li> <li>▪ Herkennen mogelijke risico's en schatten eventueel afbreukrisico in.</li> <li>▪ Schrijven gezichts-bepalende artikelen met potentieel afbreukrisico.</li> <li>▪ Idem voor beeld.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven zelfstandig teksten met een oorspronkelijk karakter die toonaangevend zijn op het eigen vakgebied en mede het karakter van de titel/het merk bepalen.</li> <li>▪ Onderwerpen hebben meerdere invalshoeken.</li> <li>▪ Artikelen hebben nauwelijks of geen journalistiek afbreukrisico.</li> <li>▪ Idem voor beeld.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven op basis van enige briefing.</li> <li>▪ Werkzaamheden hebben over het algemeen een vakspecialistisch, eendimensionaal karakter.</li> <li>▪ Artikelen hebben nauwelijks of geen journalistiek afbreukrisico.</li> <li>▪ Idem voor beeld</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven op basis van briefing en begeleiding.</li> <li>▪ Verrichten werkzaamheden binnen strakke richtlijnen en instructies.</li> <li>▪ Artikelen hebben geen journalistiek afbreukrisico.</li> <li>▪ Idem voor beeld.</li> </ul>
<b>5. Netwerk</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heeft een uitgebreid eigen netwerk van contacten op hoog niveau opgebouwd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heeft een gedegen eigen netwerk van relevante contacten opgebouwd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet vereist, is eigen netwerk aan het opbouwen.</li> <li>▪ Maakt ten behoeve van artikelen/interviews deels gebruik van het netwerk van anderen (bijvoorbeeld adjunct hoofdredacteur of chef), gebruikt deels eigen netwerk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing, begint met het opbouwen van een eigen netwerk.</li> <li>▪ Maakt ten behoeve van artikelen/interviews hoofdzakelijk gebruik van het netwerk van anderen (bijvoorbeeld adjunct hoofdredacteur of chef).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing.</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Redacteur A	Redacteur B	Redacteur C	Redacteur D	Redacteur E
Het verschil in niveau tussen de functies redacteur wordt verder bepaald door de hieronder genoemde verschillen in kennis en vaardigheden die op de onderscheiden niveaus worden vereist.					
<b>8. Coördinatie werkzaamheden</b> (voor een deelgebied en/of voor redactie zonder de functie chef redactie)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coördineren van werkzaamheden met een bepalend karakter voor de titel/het merk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coördineren van werkzaamheden met een minder bepalend karakter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing</li> </ul>

## 6. Geactualiseerde functieprofielen Opinieweekbladen

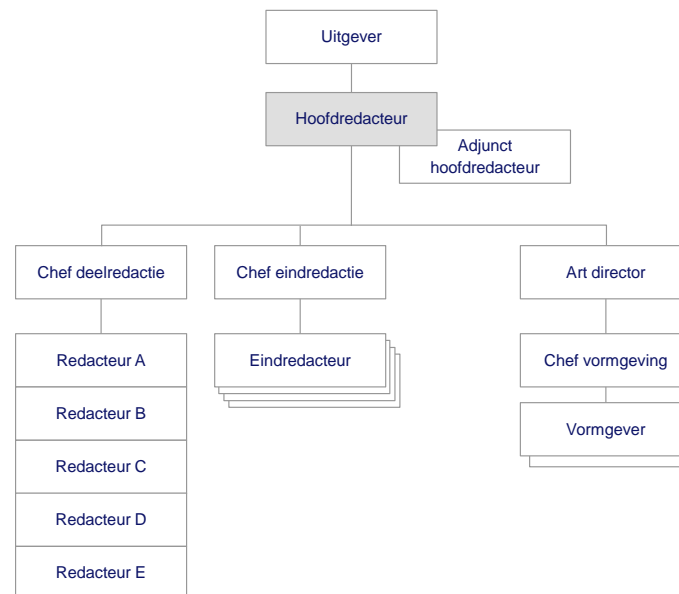
- Hoofdredacteur
- Adjunct Hoofdredacteur
- Chef Deelredactie
- Redacteur

## 6.1. Hoofdredacteur Opinieweekblad

### Doel van de functie

Formuleren van de redactionele/merk formule binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen en zorgdragen voor het continu ontwikkelen van de titel/het merk en de daarmee samenhangende uitingen/kanalen gericht op de opinievorming bij het lezerspubliek ten aanzien van actuele ontwikkelingen op onder meer politiek-maatschappelijk, economisch en cultureel gebied, zodanig dat een rendabele positionering van de titel/het merk en de daarmee samenhangende uitingen/kanalen wordt gerealiseerd met als doel bij te dragen aan de continuïteit, groei en het rendement van de organisatie.

### ORGANISATIESCHEMA



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Redactionele formule en beleid</b>	
Redactionele formule en redactioneel beleid op (middel-) lange termijn, binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen en rekening houdend met het redactiestatuut, afgestemd op ontwikkelingen binnen de doelgroep, de lezersmarkt en het segment.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formuleren van het redactionele en vormgevingsbeleid op (middel-) lange termijn</li> <li>▪ Doen van voorstellen aan de uitgever ten aanzien van het beleid voor lezers- en advertentiemarkt, (markt)positie van de titel/het merk e.d.</li> <li>▪ Bijhouden van ontwikkelingen in de markt, bij (internationale) media, op het vakgebied en bij de doelgroep</li> <li>▪ Ontwikkelen van nieuwe uitingen/kanalen, binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling en innovatie</b>	
Redactionele inhoud van de titel/het merk, uitgaande van de redactionele formule en het redactioneel beleid, en ontwikkeling van nieuwe uitingen/kanalen die optimaal aansluiten bij de wensen van de doelgroep en bijdragen aan de (commerciële) doelstellingen in lijn met uitgeefdoelstellingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overdragen van redactione(e)l(e) formule en beleid aan de redactie en bewaken van redactione(e)l(e) onafhankelijkheid, formule en beleid</li> <li>▪ Leiden, stimuleren en entameren van ideeënvorming over uitingen/kanalen, content en thema's</li> <li>▪ Ontwikkelen van nieuwe concepten en productideeën in relatie tot de titel/het merk</li> <li>▪ Bepalen van coverbeleid en zorgen voor maken van coverteksten en –beeld</li> </ul>
<b>3. Imago en merk</b>	
Positionering van de titel/het merk in de markt, in samenwerking met Marketing & Verkoop, ter ondersteuning en bevordering van de exploitatie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ontwikkelen van het merk en het imago</li> <li>▪ Zorgdragen voor representatie van de titel/het merk in de daartoe geëigende kanalen</li> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een netwerk van relevante partijen</li> </ul>
<b>4. Redactionele productie</b>	
Uniforme en consequente journalistieke kwaliteit van de content, binnen de redactionele formule en het redactionele beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zorgdragen voor de redactionele planning</li> <li>▪ Selecteren van onderwerpen</li> <li>▪ Stellen van prioriteiten in de redactionele invulling</li> <li>▪ Redactionele content beoordelen op kwaliteit en toetsen aan de redactionele formule</li> <li>▪ Produceren van redactionele content</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>5. Budgetten</b>	
Controle over budgetbestedingen en mogelijkheid om bij te sturen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opstellen van (deel)budgetten voor de redactie, binnen het toegewezen totaalbudget door de uitgever</li> <li>▪ Beheren en bewaken van de budgetten en voorkomen van overschrijdingen</li> <li>▪ Opstellen van managementrapportages</li> </ul>
<b>6. Leiding geven</b>	
Een optimale bezetting van de redactie, binnen de gegeven begroting.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voordragen van medewerkers voor aanname, overplaatsing en ontslag</li> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en beoordelen van de medewerkers</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Hoofdredacteur A	Hoofdredacteur B	Hoofdredacteur C
De hieronder genoemde differentiërende factoren bepalen het verschil in zwaarte tussen de functies Hoofdredacteur A, B en C.			
1. Redactiebudget (externe + interne kosten)			
2. Impact			
3. Aantal titels/span of control			
4. Dynamiek			

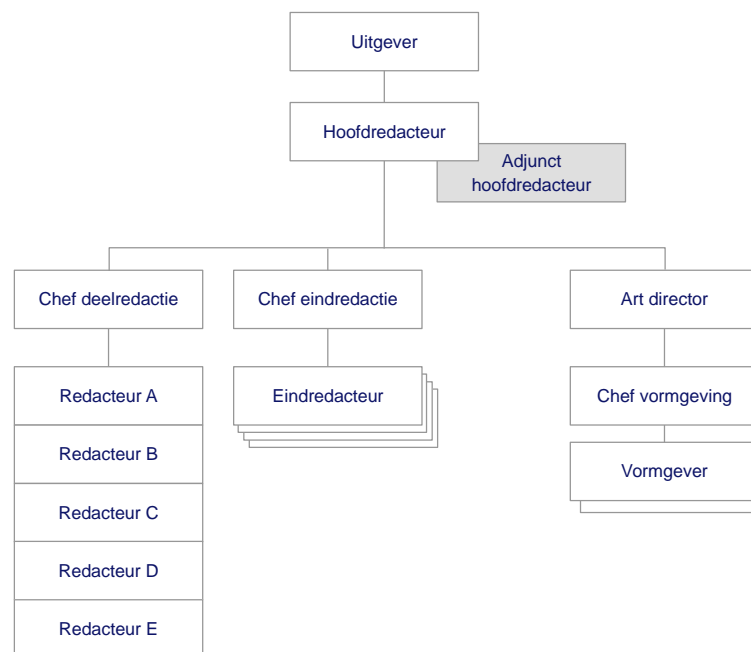


## 6.2. Adjunct hoofdredacteur Opinieweekblad

### Doel van de functie

Ondersteunen van de hoofdredacteur door het aansturen van de redactie van de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen/kanalen, gericht op de opinievorming bij het lezerspubliek ten aanzien van actuele ontwikkelingen op onder meer politiek-maatschappelijk, economisch en cultureel gebied, binnen de kaders van redactione(e)le formule en beleid en de aangegeven uitgeoefenddoelstellingen.

### ORGANISATIESCHEMA



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Redactionele koers, imago en merk</b>	
Bijdrage aan redactione(e)l(e) formule, de positionering in de markt en het redactioneel beleid op (middel-) lange termijn, in overleg met de hoofdredacteur en uitgever, afgestemd op ontwikkelingen binnen de doelgroep, de lezersmarkt en het segment.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formuleren van het redactionele en vormgevingsbeleid op (middel-) lange termijn</li> <li>▪ Doen van voorstellen aan de uitgever ten aanzien van het beleid voor lezers- en advertentiemarkt, (markt)positie van de titel/het merk e.d.</li> <li>▪ Bijhouden van ontwikkelingen in de maatschappij, de markt, bij (internationale) media, op het vakgebied en bij de doelgroep</li> <li>▪ Bijdragen aan de ontwikkeling van nieuwe uitingen/kanalen, binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling en innovatie</b>	
Bijdrage aan redactionele inhoud van de titel/het merk, uitgaande van de redactionele formule en het redactioneel beleid, en ontwikkeling van nieuwe uitingen/kanalen die optimaal aansluiten bij de wensen van de doelgroep en bijdragen aan de (commerciële) doelstellingen in lijn met uitgeefdoelstellingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overdragen van redactione(e)l(e) formule en beleid aan de redactie en bewaken van redactione(e)l(e) onafhankelijkheid, formule en beleid</li> <li>▪ Leiden, stimuleren en entameren van ideeënvorming over uitingen/kanalen, content en thema's</li> <li>▪ Aandragen van nieuwe concepten en productideeën in relatie tot de titel/het merk</li> </ul>
<b>3. Redactionele productie</b>	
Bijdrage aan uniforme en consequente journalistieke kwaliteit van de content, binnen de redactionele formule en het redactionele beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zorgdragen voor de redactionele planning</li> <li>▪ Selecteren van omslagartikel, selecteren van onderwerpen</li> <li>▪ Stellen van prioriteiten in de redactionele invulling</li> <li>▪ Redactionele content beoordelen op kwaliteit en toetsen aan de redactionele formule</li> </ul>
<b>4. Redactionele content (variant)</b>	
Journalistieke bijdragen met een in het algemeen opiniërende strekking, geschikt voor diverse uitingen/kanalen, conform planning, goedgekeurd door de hoofdredacteur en in lijn met de informatiebehoeften van de doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven en bewerken van geselecteerde onderwerpen tot heldere, op de aard en specifieke informatiebehoefte van de doelgroep afgestemde teksten</li> <li>▪ Uitwerken van informatie in een geschikt genre (interview, verslag, achtergrondverhaal, nieuwsbrief, analyse)</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>5. Representatie en netwerk</b>	
Representatie van de titel/het merk en beschikken over een netwerk dat bijdraagt aan een effectieve uitoefening van de functie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vertegenwoordigen en/of promoten van de titel/het merk in of via de daartoe geëigende kanalen</li> <li>▪ Optreden als deskundige/representant van de titel/het merk</li> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een relevant netwerk</li> </ul>
<b>6. Leiding geven</b>	
Bijdrage aan een optimale bezetting van de redactie, binnen de gegeven begroting.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aansturen van de medewerkers bij de dagelijkse werkzaamheden</li> <li>▪ Voordragen van medewerkers voor aanname, overplaatsing en ontslag</li> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en beoordelen van de medewerkers</li> </ul>

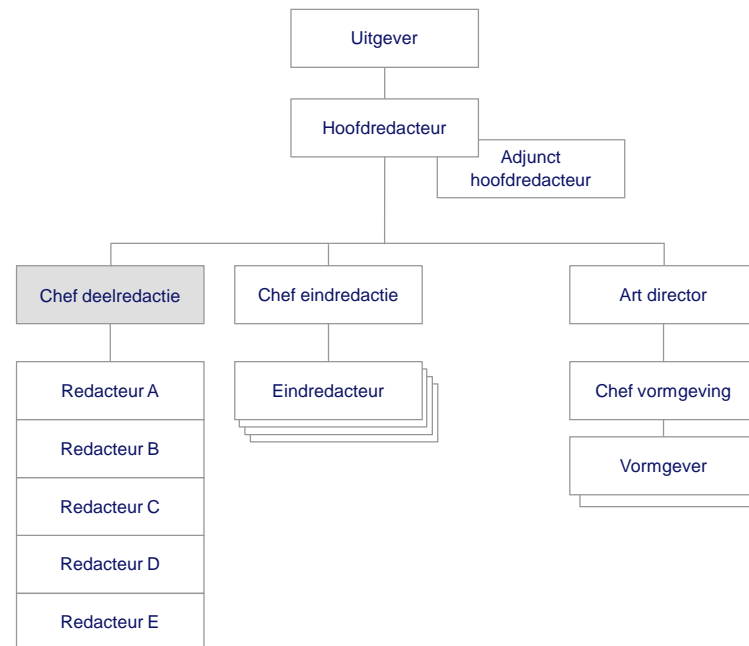
DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Adjunct hoofdredacteur A	Adjunct hoofdredacteur B
<p>Het verschil in zwaarte tussen de functies Adjunct hoofdredacteur A en B wordt bepaald door de hieronder genoemde differentiërende factoren. Ten aanzien van de resultaatgebieden ligt de nadruk op ofwel ondersteuning van de hoofdredacteur op leidinggevend gebied ofwel op inhoudelijk gebied. Voor de zwaarte van de functie maakt dit geen verschil.</p>		
<b>5. Redactiebudget</b>		
<b>6. Impact</b>		
<b>7. Aantal titels/span of control</b>		
<b>8. Dynamiek</b>		

### 6.3. Chef deelredactie Opinieweekblad

**Doel van de functie**

Bijdragen aan de redactionele koers van de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen/kanalen, alsmede bewaken van de journalistieke kwaliteit en coördineren van de werkzaamheden van de toegewezen deelredactie, binnen de kaders van redactione(e)le formule en beleid en de aangegeven uitgeefdoelstellingen, gericht op een optimaal georganiseerde deelredactie.

**ORGANISATIESCHEMA**



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Bijdrage redactionele koers, imago en merk</b>	
Bijdrage aan de redactione(e)l(e) formule, de positionering in de markt en het beleid van de titel/het merk voor de deelredactie, in overleg met de hoofdredacteur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Doen van voorstellen voor de ontwikkeling van redactionele formule en beleid</li> <li>▪ Doen van voorstellen voor content en thema's voor de titel/het merk</li> <li>▪ Identificeren van mogelijkheden voor met de titel/het merk samenhangende uitingen/kanalen die bijdragen aan de positie en het imago van de titel/het merk</li> <li>▪ Signaleren van ontwikkelingen in de maatschappij, bij de doelgroep, in het segment, bij (internationale) media en op het vakgebied</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling deelredactie</b>	
Redactionele output van de deelredactie, die voldoet aan de redactionele formule, het redactionele beleid en past bij het 'DNA' van de titel/het merk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overdragen aan deelredactie en bewaken van redactione(e)l(e) formule en beleid</li> <li>▪ Stimuleren en entameren van ideeënvorming over vorm, inhoud en thema's voor de deelredactie</li> </ul>
<b>3. Planning deelredactie</b>	
Inzicht in plannen en doelstellingen van de deelredactie, afgeleid van redactione(e)l(e) formule en beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bijdragen aan het opstellen van het redactiebrede jaarprogramma, samen met hoofdredacteur en overige chefs</li> <li>▪ Opstellen en bijhouden van de jaarplanning van de deelredactie</li> <li>▪ Overdragen van planning aan de deelredactie</li> </ul>
<b>4. Redactionele bijdragen deelredactie</b>	
Journalistieke bijdragen, geschikt voor diverse uitingen/kanalen/kanalen in het kader van de geplande redactionele output en passend binnen de afgesproken formule.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maken en bewaken van afspraken met redacteuren en medewerkers over content</li> <li>▪ Beoordelen van individuele redactionele content op kwaliteit</li> <li>▪ Beoordelen van de totale deelredactie op samenhang en inhoudelijk-journalistieke kwaliteit</li> <li>▪ Bewaken van deadlines, in overleg met eindredactie en beeldredactie</li> <li>▪ Begeleiden van minder ervaren redacteuren</li> </ul>

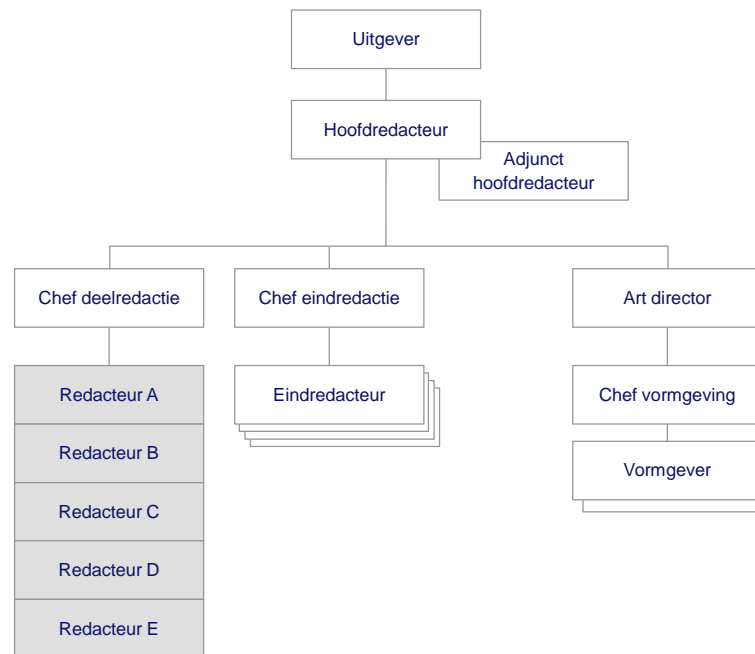
RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>5. Redactionele content</b>	
Journalistieke bijdragen met een in het algemeen opiniërende strekking, geschikt voor diverse uitingen/kanalen/kanalen, conform planning, goedgekeurd door de (adjunct-)hoofdredacteur en in lijn met de informatiebehoeften van de doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven en bewerken van geselecteerde onderwerpen tot heldere, op de lezersdoelgroep afgestemde teksten, met een in het algemeen opiniërende strekking</li> <li>▪ Uitwerken van informatie in een geschikt genre (interview, verslag, achtergrondverhaal, nieuwsbrief, analyse)</li> </ul>
<b>6. Netwerk</b>	
Representatie van de titel/het merk alsmede beschikken over een netwerk dat bijdraagt aan een effectieve uitoefening van de functie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vertegenwoordigen en/of promoten van de titel/het merk in of via de daartoe geëigende kanalen</li> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een relevant netwerk</li> </ul>
<b>7. Budget deelredactie</b>	
Controle over het toegewezen budget en volledig en actueel inzicht in de budgetbesteding.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voeren van de administratie van de eigen deelredactie</li> <li>▪ Bewaken van het toegewezen budget</li> <li>▪ Maken van afspraken met free lance medewerkers over honoraria en onkostenvergoedingen</li> </ul>
<b>8. Leiding geven</b>	
Bijdrage aan een optimale bezetting van de redactie, binnen de door de (adjunct) hoofdredacteur aangegeven kaders.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en mede beoordelen van de medewerkers van de redactie</li> </ul>

### 6.4. Redacteur Opinieweekblad

**Doel van de functie**

Produceren van redactionele content voor de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen/kanalen, overeenkomstig de redactionele formule, de overeengekomen plannings en binnen de aangegeven uitgeefdoelstellingen.

**ORGANISATIESCHEMA**





RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Bijdrage aan redactionele beleid</b>	
Bijdrage aan het redactionele beleid, in overleg met de hoofdredacteur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Volgen van ontwikkelingen met betrekking tot de informatievraag en het informatieaanbod</li> <li>▪ Signaleren van trends en beoordelen daarvan op relevantie voor de titel/het merk</li> <li>▪ Ontwikkelen van ideeën en voorstellen voor de aanpassing/vernieuwing de titel/het merk</li> <li>▪ Inbrengen van ideeën en voorstellen voor redactionele formule en beleid gericht op vernieuwing</li> <li>▪ Doen van voorstellen voor met de titel/het merk samenhangende uitingen/kanalen voor content en thema's</li> <li>▪ Identificeren van mogelijkheden voor evenementen die bijdragen aan de bekendheid en kwaliteit van de titel/het merk</li> </ul>
<b>2. Redactionele invulling</b>	
Bijdrage aan de journalistieke kwaliteit en ideeën voor nieuwe publicaties, passend binnen redactionele beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Signaleren van voor de doelgroep relevante informatie en ontwikkelingen</li> <li>▪ Onderkennen van nieuwsaarde, relevantie of mogelijkheden voor redactionele content voor diverse uitingen/kanalen en vertalen naar concrete acties</li> <li>▪ Aandragen van onderwerpen voor diverse uitingen/kanalen</li> </ul>
<b>3. Informatieverzameling</b>	
Verdieping en inzicht in gekozen onderwerpen, met behulp van diverse bronnen en in lijn met journalistieke normen en eventueel binnen de kaders van de ontvangen briefing.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vergaren en selecteren van informatie uit diverse bronnen</li> <li>▪ Inventariseren van informatiebehoefte van doelgroep</li> <li>▪ Uitdiepen van bronmateriaal en onderwerpen</li> <li>▪ Informatie uit de markt halen t.b.v. de doelgroep</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>4. Redactionele content</b>	
Redactionele bijdragen in lijn met de informatiebehoeften van de doelgroep conform planning.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schrijven en bewerken van geselecteerde onderwerpen tot heldere, op de aard en specifieke informatiebehoefte van de doelgroep afgestemde content</li> <li>▪ Produceren van content voor de uitingen/kanalen van de titel/het merk</li> <li>▪ Toevoegen van links en/of extra multimediale elementen</li> <li>▪ Briefen van freelance redacteuren</li> </ul>
<b>5. Vakgebied/deelredactie</b>	
Kennis van en bekendheid met relevante ontwikkelingen in het vakgebied/deelredactie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bijhouden van ontwikkelingen in het vakgebied/deelredactie</li> <li>▪ Verzamelen van documentatie, plegen van onderzoek</li> <li>▪ Bezoeken van bedrijven, personen en instellingen</li> <li>▪ Bijhouden van vakliteratuur</li> </ul>
<b>6. Netwerk</b>	
Een netwerk dat bijdraagt aan een effectieve uitoefening van de functie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opbouwen, uitbouwen en onderhouden van een relevant netwerk</li> <li>▪ Representeren van de titel/het merk</li> </ul>
<b>7. Beeld (variant)</b>	
Beeldmaterialen, aansluitend op de redactionele inhoud en passend bij de redactionele formule.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedenken van passend beeldmateriaal</li> <li>▪ (Laten) produceren van beeld voor de titel/het merk, door internen of externen</li> <li>▪ Briefen van beeldproducenten</li> <li>▪ Bewaken van het beschikbare beeldbudget</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Redacteur A	Redacteur B	Redacteur C	Redacteur D	Redacteur E
Het verschil in niveau tussen de functies redacteur wordt verder bepaald door de hieronder genoemde verschillen in kennis en vaardigheden die op de onderscheiden niveaus worden vereist.					
<b>6. Bijdrage aan redactionele beleid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Levert bijdrage aan redactione(e)l(e) formule en beleid voor de deelredactie van de titel/het merk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kan van toepassing zijn, wordt niet vereist.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>
<b>7. Redactionele invulling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Levert (ideeën voor) redactionele invulling (onderwerpen, invalshoeken, specials e.d.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Levert (ideeën voor) redactionele invulling (onderwerpen, invalshoeken, specials e.d.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>
<b>8. Informatieverzameling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Is in staat in korte tijd uit een veelheid van informatie(bronnen) de relevante zaken te selecteren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Is in staat in korte tijd uit een veelheid van informatie(bronnen) de relevante zaken te selecteren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deels zelfstandig, deels op aanwijzing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op aanwijzing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op aanwijzing en onder begeleiding.</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Redacteur A	Redacteur B	Redacteur C	Redacteur D	Redacteur E
Het verschil in niveau tussen de functies redacteur wordt verder bepaald door de hieronder genoemde verschillen in kennis en vaardigheden die op de onderscheiden niveaus worden vereist.					
<p><b>9. Redactionele content</b></p> <p>Differentiatie is gelegen in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>mate van briefing</li> <li>soort onderwerpen</li> <li>toegankelijkheid van informatie</li> <li>mate van meewerken/weerstand van de zijde van het 'subject' van artikel</li> <li>stilistisch vermogen</li> <li>inschattingsvermogen</li> <li>afbreukrisico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schrijft vooral de voor de titel/het merk gezichtsbepalende commentaren, analyses, reportages, features en omslagverhalen.</li> <li>Heeft herkenbare, uitgesproken stijl.</li> <li>Heeft een groot journalistiek inschattingsvermogen.</li> <li>Schrijft artikelen met potentieel groot afbreukrisico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weet complexe materie samen te vatten en weer te geven in een toegankelijke, prettig leesbare vorm.</li> <li>Beoefent alle journalistieke genres.</li> <li>Behandelt complexe onderwerpen, die een bepaalde mate van speurwerk ('fysiek' of cijfermatig) kunnen vereisen.</li> <li>Is in staat potentiële journalistieke risico's te herkennen, overlegt hierover met chef of (adjunct) hoofdredacteur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het zelf bedenken van (ideeën voor) onderwerpen kan van toepassing zijn, is niet vereist.</li> <li>Enige mate van briefing.</li> <li>Onderwerpen hebben meerdere invalshoeken.</li> <li>Informatie is redelijk toegankelijk.</li> <li>Weinig weerstand bij geïnterviewde(n).</li> <li>Artikelen hebben nauwelijks of geen journalistiek afbreukrisico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Krijgt (ideeën voor) onderwerpen door anderen aangereikt.</li> <li>Wordt gebriefd en begeleid.</li> <li>Eenduidige onderwerpen.</li> <li>Informatie is direct toegankelijk.</li> <li>Geïnterviewde(n) werkt/werken meestal graag mee.</li> <li>Artikelen hebben geen journalistiek afbreukrisico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schrijven op basis van briefing en begeleiding.</li> <li>Verrichten werkzaamheden binnen strakke richtlijnen en instructies.</li> <li>Artikelen hebben geen journalistiek afbreukrisico.</li> <li>Idem voor beeld.</li> </ul>
<p><b>10. Specialisme vakgebied/deelredactie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ofwel dieptekennis</li> <li>ofwel breed generalisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Is toonaangevend en opinielider op het eigen specialisme.</li> <li>Heeft grote kennis van zaken en een breed register.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Heeft herkenbaar specialisme, ontwikkelt gezag op dit gebied.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet vereist, is specialisme aan het ontwikkelen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing, kiest specialisme en gaat dit ontwikkelen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Redacteur A	Redacteur B	Redacteur C	Redacteur D	Redacteur E
Het verschil in niveau tussen de functies redacteur wordt verder bepaald door de hieronder genoemde verschillen in kennis en vaardigheden die op de onderscheiden niveaus worden vereist.					
<b>11. Netwerk</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heeft een uitgebreid eigen netwerk van contacten op hoog niveau opgebouwd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heeft een gedegen eigen netwerk van relevante contacten opgebouwd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet vereist, is eigen netwerk aan het opbouwen.</li> <li>▪ Maakt ten behoeve van artikelen/interviews deels gebruik van het netwerk van anderen (bijvoorbeeld (adjunct) hoofdredacteur of chef), gebruikt deels eigen netwerk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing, begint met het opbouwen van een eigen netwerk.</li> <li>▪ Maakt ten behoeve van artikelen/interviews hoofdzakelijk gebruik van het netwerk van anderen (bijvoorbeeld (adjunct) hoofdredacteur of chef).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niet van toepassing.</li> </ul>

## 7. Geactualiseerde referentiefunctieprofielen Eindredactie PU en OP

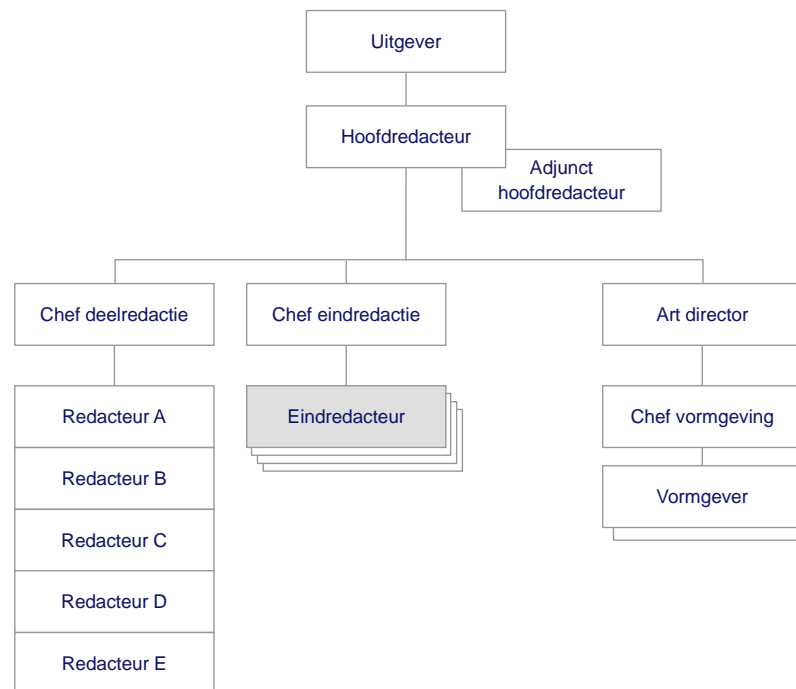
- Eindredacteur

### 7.1. Eindredacteur

**Doel van de functie**

Publicatiegeregde maken van content voor de titel/het merk en daarmee samenhangende uitingen/kanalen volgens planning en overeenkomstig inhoudelijk-journalistieke kwaliteitsnormen, zodanig dat een bijdrage wordt geleverd aan de inhoudelijke herkenbaarheid en kwaliteit van de titel/het merk.

**ORGANISATIESCHEMA**



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Bijdrage redactionele formule</b>	
Bijdrage aan redactionele formule en beleid voor de titel/het merk, in overleg met de chef en in redactievergaderingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inbrengen van ideeën voor redactionele formule en beleid</li> <li>▪ Doen van voorstellen voor met de titel/het merk samenhangende uitingen/kanalen, in print en/of on-line, voor content en thema's</li> <li>▪ Identificeren van mogelijkheden voor evenementen die bijdragen aan de bekendheid en kwaliteit van de titel/het merk</li> </ul>
<b>2. 'DNA' van de titel/het merk</b>	
Inhoudelijk beoordeelde en bewerkte content, overeenkomstig stilistische en journalistiek-technische kwaliteitsnormen en met de passende 'tone of voice'.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inhoudelijk beoordelen en eventueel bewerken van redactionele bijdragen, zowel van eigen medewerkers als van freelancers</li> <li>▪ Bewaken van de 'tone of voice' van en balans tussen soorten artikelen</li> <li>▪ Vervaardigen van (tussen-)koppen en onderschriften bij foto's en illustraties</li> <li>▪ Samenstellen van standaardrubrieken en marketingpagina's</li> </ul>
<b>3. Planning</b>	
Inzicht bij alle betrokkenen ten aanzien van de door hen te verrichten werkzaamheden, overeenkomstig planning en gemaakte afspraken.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bijhouden van voor de planning relevante informatie en afspraken</li> <li>▪ Informeren van redacteuren, extern betrokkenen, overige betrokken medewerkers en productie over planning</li> <li>▪ Uitzetten van redactionele bijdragen bij redacteuren en freelancers</li> </ul>
<b>4. Redactionele productie</b>	
Goed verloop van workflow en productieproces op redactie, overeenkomstig planning, kwaliteitsnormen en budget.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zorgen voor een effectieve workflow tussen deelredacties, beeldredactie en opmaak</li> <li>▪ Bewaken van planning, productievoortgang en deadlines</li> <li>▪ Afstemmen met drukker over planningen</li> </ul>



DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Eindredacteur A	Eindredacteur B	Eindredacteur C
<b>1. Bijdrage redactionele formule</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maakt deel uit van functie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>
<b>2. Kwaliteit content</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inhoudelijk controleren en redigeren van teksten (stijl, informatie, opbouw, insteek).</li> <li>Bewaakt 'DNA' van titel/merk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inhoudelijk controleren en redigeren van teksten (stijl, informatie, opbouw, insteek).</li> <li>Bewaakt 'DNA' van titel/merk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Technisch controleren en redigeren van teksten (grammatica, spelling, interpunctie).</li> <li>Checken van informatie op juistheid en volledigheid.</li> <li>Controleren van opmaak of vormgeving en eventueel drukproef.</li> </ul>
<b>3. Indeling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indelen van pagina's, ter goedkeuring van de hoofdredacteur.</li> </ul>
<b>4. Coördinatie werkzaamheden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maakt deel uit van functie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niet van toepassing.</li> </ul>

## 8. Geactualiseerde referentiefunctieprofielen Vormgeving

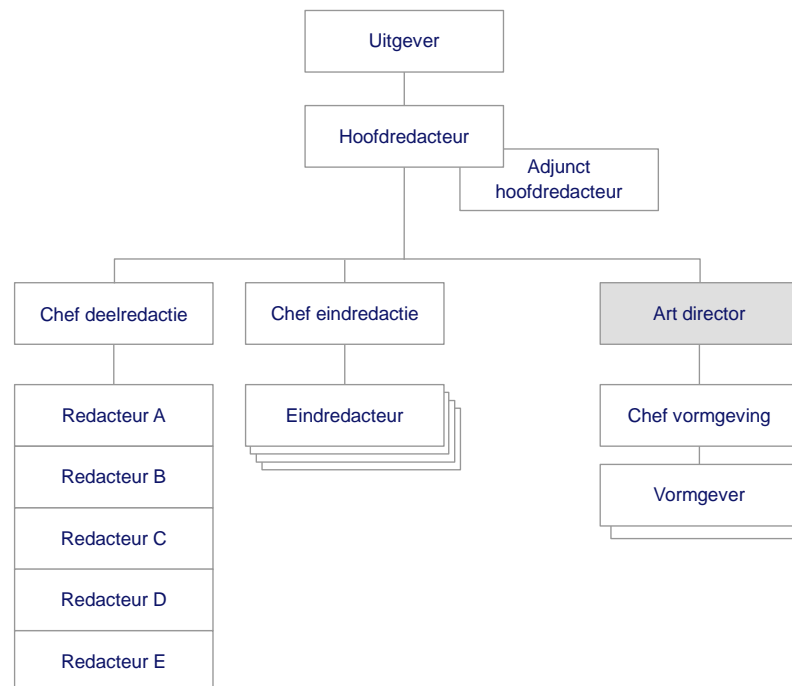
Art director  
Chef vormgeving  
Vormgever

## 8.1. Art director

### Doel van de functie

Ontwikkelen en bewaken van de visuele uitstraling/het imago en zorgdragen voor alle visuele componenten van de uitingen/kanalen van de titel/het merk, passend binnen de redactionele formule en het vastgestelde budget, gericht op een 'look & feel' die optimaal appelleert aan de doelgroep.

### ORGANISATIESCHEMA



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Vormgevingsvisie</b>	
Ontwikkeling en innovatie van de vormgevingsvisie, bepalend voor de 'look & feel' van de uitingen/kanalen van de titel/het merk, passend binnen de redactionele formule en het redactioneel beleid, die optimaal appelleert aan de doelgroep en bijdraagt aan de (commerciële) doelstellingen in lijn met uitgeefdoelstellingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ontwikkelen van een visie met betrekking tot de algehele vormgeving van de uitingen/kanalen van de titel/het merk, inclusief coverbeleid</li> <li>▪ Vertalen van de vormgevingsvisie in en continu toetsen aan nieuwe wensen en eisen</li> <li>▪ Vertalen van de vormgevingsvisie in een 'style book'</li> <li>▪ Overdragen van vormgevingsvisie en doelgroepkennis aan de eigen medewerkers</li> <li>▪ Volgen en signaleren van ontwikkelingen en trends in het vakgebied, bij concurrenten en in de doelgroep, zowel nationaal als internationaal</li> </ul>
<b>2. Lay-out</b>	
Lay-out die in lijn is met de vormgevingsvisie en redactionele formule en optimaal aansluit bij de content en het beeldgebruik binnen de uitingen/kanalen van de titel/het merk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bepalen van de lay-out binnen de uitingen/kanalen van de titel/het merk alsmede adviseren over en monitoren van de uitvoering hiervan</li> <li>▪ Inzetten van structurele aanpassingen in lay-out en vormgeving</li> <li>▪ Doorvoeren van structurele vernieuwingen in lay-out en vormgeving, na goedkeuring van hoofdredacteur/uitgever</li> <li>▪ Op elkaar laten aansluiten van lay-out en vormgeving binnen de uitingen/kanalen van de titel/het merk</li> </ul>
<b>3. Coverbeleid</b>	
Aansprekende en verkoopbevorderende covers van de titel/het merk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Brainstormen over en produceren van ideeën, in samenwerking met Hoofdredacteur en Eindredacteur, om te bepalen hoe de cover eruit gaan zien</li> <li>▪ Vormgeven van de coverteksten en -beelden van de titel/het merk</li> <li>▪ Laten goedkeuren van covers door de hoofdredacteur</li> </ul>

RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>4. Vormgeving</b>	
Beeldmateriaal passend bij de inhoud van de titel/het merk en conform stijlfspraken, voor de lezers aantrekkelijk vormgegeven.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coördineren van de opmaak en/of beeldredactie ten behoeve van de uitingen/kanalen</li> <li>▪ (Laten) inkopen van beeldmateriaal</li> <li>▪ Bewaken van de planning, onderhouden van contacten met lithograaf, drukker en freelancers</li> <li>▪ Briefen en begeleiden van freelance fotografen en vormgevers</li> </ul>
<b>5. Research</b>	
Kaders voor het gebruik van het juiste beeldmateriaal, gebaseerd op onderzoek en de laatste ontwikkelingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inventariseren van behoeften en ideeën op het gebied van vormgeving</li> <li>▪ Vertalen van wensen en ideeën naar mogelijk beeldmateriaal voor vormgeving</li> <li>▪ (Laten) verrichten van (internationale) illustratie-/beeldresearch om ideeën te ontwikkelen voor bij de tekst passend materiaal</li> <li>▪ Op de hoogte blijven en kunnen toepassen van (technische) ontwikkelingen op het gebied van tekst- en beeldmateriaal</li> </ul>
<b>6. Leiding geven</b>	
Bijdrage aan een optimale bezetting van de afdeling, binnen de door de (adjunct) hoofdredacteur aangegeven kaders.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en mede beoordelen van de medewerkers van de afdeling</li> </ul>

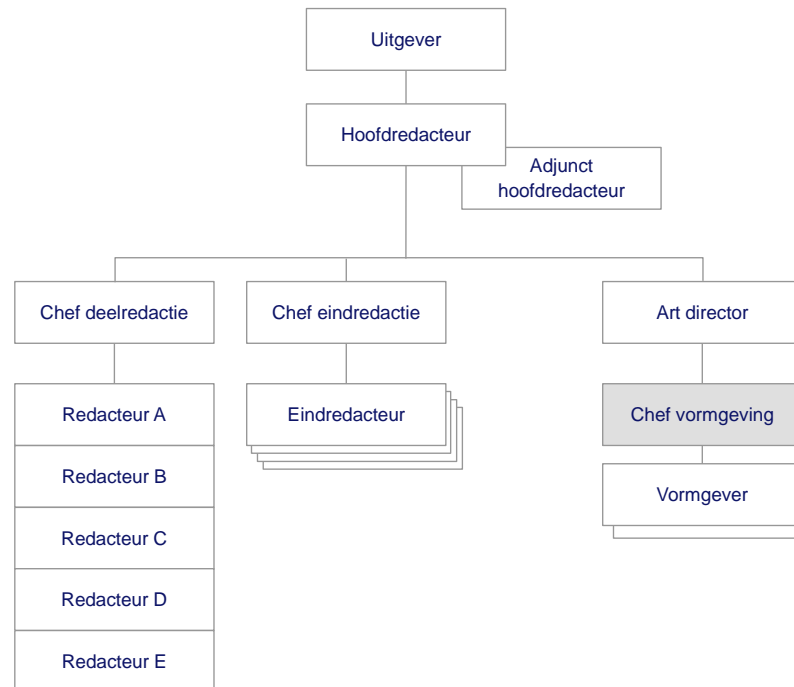
DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Art director A	Art director B
De functie van art director komt op twee zwaarteniveaus voor. De indeling hangt samen met de hieronder uitgewerkte differentiërende factoren.		
<b>1. Frequentie van verschijnen</b>	Iedere week.	Maandelijks of in ieder geval minder dan wekelijks.
<b>2. Type blad</b>	Voornamelijk een beeldblad.	Voornamelijk een tekstblad.
<b>3. Omvang van de afdeling</b>	> 5 medewerkers. De Art director is vooral een leidinggevende functie.	< 5 medewerkers. De Art director werkt zelf mee aan het maken van de vormgeving.
<b>4. Line &amp; brand extensions</b>	Bepalend voor de uistraling van het merk op de doelgroep. Line & brand extensions komen veelvuldig voor.	Line & brand extensions komen veel minder voor en vragen minder de aandacht van de Art director.

## 8.2. Chef vormgeving

### Doel van de functie

Mede ontwikkelen en bewaken van de visuele uitstraling en zorgdragen voor alle visuele componenten van de uitingen/kanalen van de titel/het merk, passend binnen de redactionele formule en het vastgestelde budget, gericht op een optimale aansluiting tussen vormgeving, beeld- en tekstmateriaal.

### ORGANISATIESCHEMA



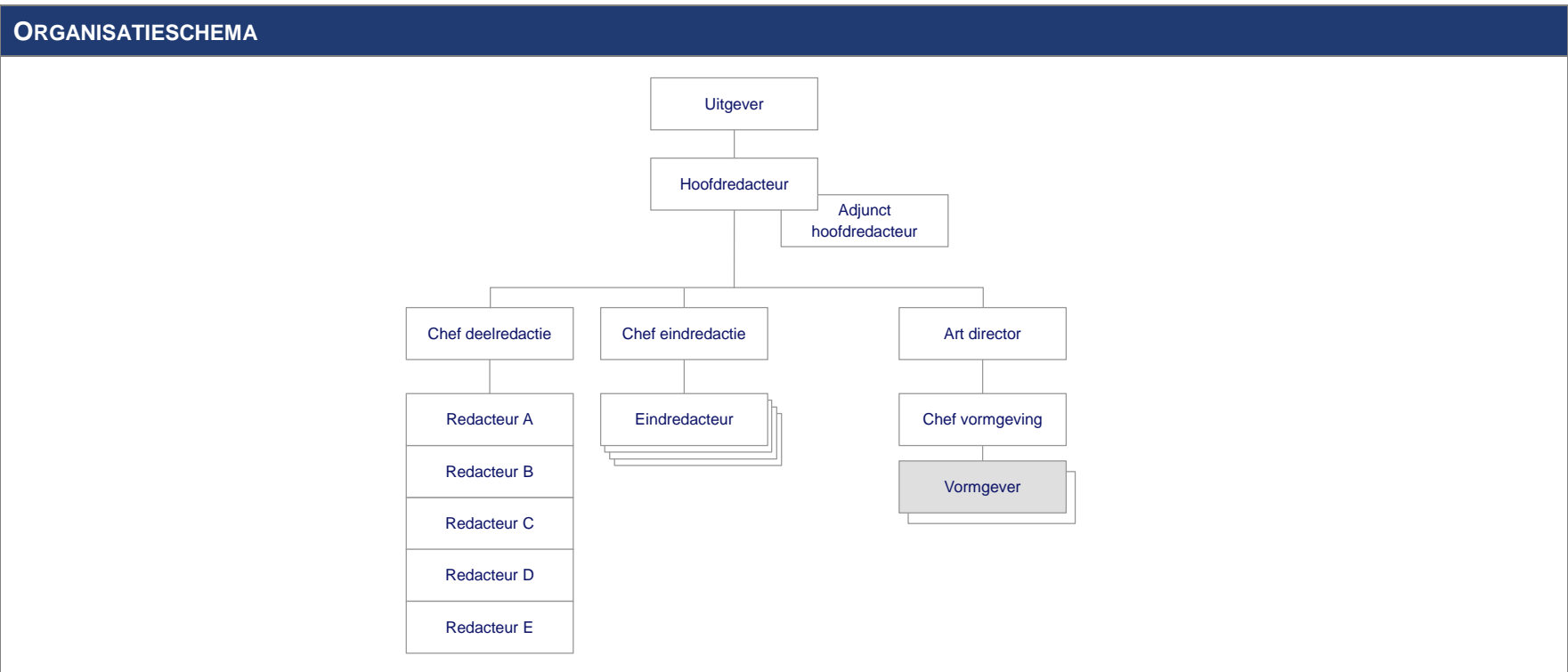
RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Vormgevingsvisie</b>	
Bijdrage aan ontwikkeling en innovatie van de vormgevingsvisie, bepalend voor de 'look & feel' van de uitingen/kanalen van de titel/het merk, passend binnen de redactionele formule en het redactioneel beleid, die optimaal appelleert aan de doelgroep en bijdraagt aan de (commerciële) doelstellingen in lijn met uitgeefdoelstellingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meedenken over de vormgevingsvisie voor de uitingen/kanalen van het merk</li> <li>▪ Bijdragen aan het vertalen van de vormgevingsvisie in nieuwe wensen en eisen</li> <li>▪ Bijdragen aan het vertalen van de vormgevingsvisie in een 'style book'</li> <li>▪ Volgen en signaleren van ontwikkelingen en trends in het vakgebied, bij concurrenten en in de doelgroep, zowel nationaal als internationaal</li> </ul>
<b>3. Vormgeving</b>	
Vormgeving die appelleert aan de doelgroep en past binnen de ontwikkelde vormgevingsvisie, redactionele formule, 'look & feel' en 'DNA' van de uitingen/kanalen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vertalen van vormgevingsvisie, 'look &amp; feel' en 'DNA' in vormgeving voor de uitingen/kanalen</li> <li>▪ Overdragen van vormgevingsvisie en doelgroepkennis aan de eigen medewerkers</li> <li>▪ Bewaken van de aansluiting van vormgevinggebruik in diverse uitingen/kanalen</li> <li>▪ Coördineren van de opmaak en/of beeldredactie ten behoeve van diverse uitingen/kanalen</li> <li>▪ (Laten) inkopen van beeldmateriaal</li> <li>▪ Bewaken van de planning, onderhouden van contacten met lithograaf en drukker</li> <li>▪ Briefen en begeleiden van fotografen en vormgevers</li> <li>▪ Voorleggen van vormgegeven pagina's aan art director</li> </ul>
<b>3. Productiecoördinatie</b>	
Tijdig bij de lithograaf / drukkerij aangeleverde, volledige en kwalitatief hoogwaardige productieklare materialen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (Laten) doorvoeren van laatste correcties in vormgeving of in tekst, in overleg met de eindredacteur</li> <li>▪ Beoordelen van de laatste drukproef</li> <li>▪ Voorleggen aan art director</li> </ul>



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>4. Research</b>	
<p>Bijdrage aan (kaders voor) het gebruik van het juiste beeldmateriaal, gebaseerd op onderzoek en de laatste ontwikkelingen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inventariseren van behoeften en ideeën op het gebied van vormgeving</li> <li>▪ Vertalen van wensen en ideeën naar mogelijk beeldmateriaal voor vormgeving</li> <li>▪ Verrichten van (internationale) illustratie-/beeldresearch om ideeën te ontwikkelen voor bij de tekst passend materiaal</li> <li>▪ Op de hoogte blijven en kunnen toepassen van de (technische) ontwikkelingen op het gebied van tekst- en beeldmateriaal</li> </ul>
<b>5. Leiding geven</b>	
<p>Bijdrage aan een optimale bezetting van de afdeling, binnen de door de art director aangegeven kaders.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aansturen, coachen, opleiden, ontwikkelen en mede beoordelen van de medewerkers van de afdeling</li> </ul>

### 8.3. Vormgever

<b>Doel van de functie</b>
Adviseren over en zorgdragen voor het gebruik van beeld- en tekstovernames voor de verschillende uitingen/kanalen van de titel, overeenkomstig de redactionele formule en overeengekomen planningen en in afstemming met (hoofd)redacteur, teneinde de geschreven content aan te vullen, te versterken en te verhelderen.



RESULTAATGEBIEDEN	KERNACTIVITEITEN
<b>1. Vormgeving</b>	
Vormgegeven content die appelleert aan de doelgroep en past binnen de ontwikkelde vormgevingsvisie, redactionele formule, 'look & feel' en 'DNA' van de uitingen/kanalen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opmaken of laten opmaken van pagina's</li> <li>▪ Eventueel briefen van illustratoren, rekening houdende met het beschikbare budget</li> <li>▪ Voorleggen van vormgegeven pagina's aan Chef vormgeving of aan Art director</li> </ul>
<b>2. Productiecoördinatie</b>	
Tijdig bij de lithograaf / drukkerij aangeleverde, volledige en kwalitatief hoogwaardige productieklare materialen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Doorvoeren van laatste correcties in vormgeving of in tekst, in overleg met de Eindredacteur</li> <li>▪ Voorleggen aan Chef vormgeving/Art director</li> </ul>
<b>3. Research</b>	
Bijdrage aan het gebruik van het juiste beeldmateriaal, gebaseerd op onderzoek en de laatste ontwikkelingen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bijdragen aan inventariseren van behoeften en ideeën op het gebied van vormgeving</li> <li>▪ Vertalen van wensen en ideeën naar mogelijk beeldmateriaal voor vormgeving</li> <li>▪ Op de hoogte blijven en kunnen toepassen van de (technische) ontwikkelingen op het gebied van tekst- en beeldmateriaal</li> </ul>
<b>4. Archief</b>	
Beeld- en tekstmaterialen geschikt voor hergebruik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opslaan en toegankelijk houden van beeld- en tekstmaterialen</li> <li>▪ Op verzoek ontsluiten van deze materialen voor hergebruik</li> </ul>

DIFFERENTIËRENDE FACTOREN	Vormgever A	Vormgever B	Vormgever C
<b>1. Frequentie titel</b>	Wekelijks	Maandelijks	
<b>2. Vormgeven</b>	Werkt met grote mate van zelfstandigheid en creativiteit binnen stijfspraken.	Werkt binnen opdrachten.	