

Bijlage: VNG Magazine bladformule

- **Bladformule:** uitgangspunten, doelstelling, doelgroepen, accenten, samenhang met andere VNG-instrumenten en -communicatiemiddelen, hergebruik content
- **Inhoudelijke pijlers:** drie inhoudelijke bladpijlers
- **Voorbeelden bladpijlers:** voorbeelden uitwerking van verschillende bladpijlers
- **Indeling/plank en bladritme:** voor papier en digitaal
- **Plank:** bijschrijving per artikel, omvang, aanpak en bijpassend beeldidee
- **Uitgangspunten ontwerp**

Bladformule

Er ligt nu een nieuwe formule voor zowel de inhoud en vormgeving, als de middelenmix en redactievoering en productie van VNG Magazine. Hieronder wordt de nieuwe bladformule verder uitgelegd en omschreven. Voor het vormgevingsconcept van het magazine, zie bijlage 9.

Uitgangspunten bladformule

- VNG Magazine behoudt het label 'VNG Magazine'. Het is het meest bekende VNG-product.
- VNG Magazine laadt het merk als content voor het brein met een eigen stem, ten opzichte van functionele en praktische VNG-informatie, zoals op VNG.nl, sociale media en in ledenbrieven.
- VNG Magazine vergroot het bereik van de content en gebruikt de bekendheid van VNG Magazine in het samenspel met andere VNG-kanalen. We werken crossmediaal a.d.h.v. een contentstrategie voor het label VNG Magazine en indien haalbaar ook voor de andere VNG communicatiekanalen.

Doelstelling

VNG Magazine agendaert, verdiept, verbindt, helpt en versterkt interactie met andere VNG-instrumenten.

Doelgroepen

Primair: burgemeester en wethouders, gemeenteraadsleden, griffiers en gemeentelijke beleidsambtenaren

Secundair: landelijke en regionale politici, bestuurders en beslissers andere partnerorganisaties VNG, rijks- en provinciale beleidsambtenaren en andere relevante doelgroepen als pers, wetenschappers, politieke partijen, adviesraden, opiniemakers etc.

Accenten nieuwe bladformule

De opdrachtnemer dient zich bij de productie van VNG Magazine te houden aan de nieuwe bladformule. De accenten van de bladformule in het huidige VNG Magazine zijn opgesomd in de linker kolom 'Huidig'. De rechterkolom 'Straks' geeft weer waar de nieuwe bladformule aan moet voldoen.

Huidig

Volger

Beschrijvend/verslaggevend

Veilig

Usual suspects

Straks

Speler

Prikkelend/onderzoekend

Uitdagend

Out-of-the-box-denkers

Focus op institutionele/proces	Focus óók op beleving/emotie (persoonlijke verhalen)
Vertrouwde genres en beeld	Verrassende genres en beeld
Clubblad (naar binnen kijken)	Breinblad (naar binnen en buiten kijken)
Informatief	Effect-gedreven
20 keer per jaar (veel)	Zes, acht, of tien keer per jaar (minder is meer)
Redactioneel onafhankelijk	Redactioneel volwassen (balans zender en ontvanger)
Bladvullende aanpak	Onderwerp-gedreven aanpak
Inhoud volgt medium (paper first)	Medium volgt inhoud (crossmediale contentstrategie)
Losstaande inhoud	VNG-middelen versterken elkaar

Met de content levert de opdrachtnemer via VNG Magazine een bijdrage aan de volgende doelen:

- Bekendheid met en waardering voor VNG-dienstverlening en -producten.
- Meerwaarde van de VNG voor haar leden.
- Gemeenten in Nederland beter in stelling brengen om het verschil te maken bij de grote maatschappelijke kwesties.
- VNG helpen zich sterker te positioneren als strategische speler door de belangrijkste thema's te agenderen en nieuwe wegen te onderzoeken.

Samenhang met andere VNG-instrumenten en -communicatiemiddelen

Door een professionele, eigenstandige redactie en door de redactie inhoudelijk meer aan te sturen vanuit de VNG, willen we een betere samenhang creëren tussen de verschillende VNG-producten en communicatiemiddelen. De urgentie van een onderwerp bepaalt de inhoud voor VNG Magazine, niet de indeling van het magazine of een kanaal. Zo voorkomen we dat binnen de VNG over een bepaald onderwerp twee vergelijkbare artikelen verschijnen: een op VNG.nl en een in VNG Magazine. Dat kan ook andersom. Zo kunnen we andere content van VNG meer linken aan VNG Magazine om de interactie tussen de middelen te bevorderen. Denk aan links in ledenbrieven naar een artikel uit VNG Magazine. Door een duidelijkere afbakening van het label VNG Magazine als content voor het brein willen we een meer gevoelsmatig onderscheid creëren met overige content van VNG (nieuws en meer functie-gerelateerde informatie).

Hergebruik content

Om de productie beheersbaar te houden maken we naast de content voor het magazine zelf geen extra content, behalve vormvereisten voor crossmediaal gebruik. We hergebruiken rubrieken en artikelen. Sommige rubrieken en artikelen kunnen met een relatieve kleine bewerking worden opgeknipt in onderdelen die geschikt zijn voor korte berichten, ankeilers in een e-mailnieuwsbrief, op VNG.nl en in posts voor social media. Dit vraagt om een proactieve houding van de redacteurs en strak beheer van een contentkalender door de contentmanager/eindredacteur.

Inhoudelijke pijlers

Onder het motto 'Een stap naar voren' wil de VNG meer initiatief nemen en leiden in de wereld van de lokale overheid. Het vernieuwde VNG Magazine moet die meer toonaangevende en assertieve houding vertolken voor meer impact op het openbaar bestuur en de samenleving. Om die reden wil het magazine nieuwe doelgroepen, naast de vertrouwde, bereiken en uitnodigen mee te praten over de belangrijkste maatschappelijke problemen. Een deel van de bestaande doelgroepen geeft aan meer inzicht te willen in de meerwaarde van de VNG voor gemeenten (Reputatieonderzoek VNG). Wat krijgt zij voor elkaar voor de leden?

Om die reden agendeert het nieuwe magazine meer urgente en actuele onderwerpen. Het brengt de inhoud verrassend en spraakmakend, met meer verdieping en perspectieven op onderwerpen.

Bij voorkeur vanuit een integrale benadering. Voor het oplossen van maatschappelijke problemen hebben we lokale bestuurders, raadsleden én ambtenaren nodig en onze partners, ook in Den Haag. We maken een artikel over hoe raadsleden, ambtenaren en bestuurders werken aan een urgente kwestie. Zo'n artikel geeft inzicht in waar de schoen wringt, hoe een mooie oplossing ontstaat of welke perspectieven er zijn, afhankelijk van de gemeente of politieke voorkeur. We kiezen voor een bredere, functionele focus op de inhoud. Deze focus omvat ook andere disciplines buiten de gemeentewereld. Want wat kunnen wetenschappers, kunstenaars en denkers ons leren? En het bedrijfsleven, NGO's en andere landen? Oftewel: de VNG zal meer gaan vragen naar de onbekende weg.

Tegelijkertijd is VNG Magazine het visitekaartje van de vereniging en een van de meest waardevolle contactpunten voor de doelgroepen van VNG. Onze lezers willen we niet teleurstellen of kwijtraken. Dit betekent dat we nieuwe accenten in balans moeten brengen met wat voor de meeste lezers als vertrouwd voelt en dat we duidelijk kiezen wat het blad inhoudelijk wél en niet doet.

Hoe willen we komen tot uitgebalanceerde keuzes voor de inhoud?

Een uitgebalanceerde inhoud realiseren we onder meer door de inhoud te segmenteren aan de hand van inhoudelijke pijlers (bladpijlers). Pijlers zijn overkoepelende onderwerpen die in een afgewogen verhouding in elke publicatie terugkomen. Ze zorgen daarmee voor de juiste balans en afwisseling. Werken met pijlers voorkomt dat bepaalde typen onderwerpen de boventoon voeren, waardoor lezers kunnen afhaken. Een inhoudelijke balans maakt het blad tevens meer herkenbaar voor de lezer. De thema's zijn gekoppeld aan de strategische speerpunten van de VNG als organisatie en de inhoudelijke behoeften van haar verschillende doelgroepen. Oftewel: Over welke onderwerpen hebben we het in gemeenteland? En over welke onderwerpen zouden we het juist meer moeten hebben? Aan de hand van een redactiematrix kan de redactie de juiste inhoudelijke balans in het magazine bewaken.

Drie inhoudelijke bladpijlers:

1. 40% Een beter Nederland (focus op de omkeringsthema's)

- Bestaanszekerheid
- Gezond leven en ouder worden
- Kansengelijkheid
- Klimaat en energie
- Fysieke leefomgeving

Werken aan een beter Nederland is de kern van wat gemeenten doen. De omkeringsthema's uit de VNG-strategie geven daar sturing aan. In VNG Magazine gaan we deze thema's meer gestructureerd agenderen. Dat doen we door ook inhoudelijk voor een goede balans te zorgen. Zo voorkomen we dat de inhoud van een nummer over een thema gaat dat de lezer niet of onvoldoende interesseert. NB: omkeringsthema's kunnen aan verandering onderhevig zijn. Over hoe we tot een beter Nederland komen, daarover verschillen natuurlijk de meningen in gemeenten, partijen en diverse lagen van de bevolking.

2. 30% Een beter bestuur

Van de inhoud betreft 30% onderwerpen die gaan over 'Een beter bestuur'. Onder beter bestuur vallen de onderwerpen vitale democratie, participatie, weerbaarheid, ethiek, digitalisering, uitvoering en collectieve instrumenten. Deze artikelen gaan vooral over de procesmatige kant, over wát gemeenten doen en hóe ze dat doen, maar ook de gevoelsmatige kant (mensenwerk) komt nadrukkelijk aan bod.

3. 30% Een krachtige VNG, meerwaarde VNG

Van de inhoud betreft 30% onderwerpen die gaan over de kracht en meerwaarde van de VNG.

- Visie, strategie en functioneren van de VNG:
 - wat de VNG bereikt in Den Haag

- wat de VNG bereikt met kennisdeling, netwerken e.d.
- de (collectieve) instrumenten en producten die gemeenten ondersteunen in de uitvoering
- Agenda
- Mensen en clubbeleving (relatiegericht/waarde contactmoment)

Bij deze inhoudelijke invalshoeken ligt het accent meer op de meerwaarde van de vereniging in tal van opzichte, van de belangenbehartiging, het netwerk en de kennisdeling tot de mensen en het clubgevoel.

Hoe willen we komen tot keuzes voor invalshoeken, genres en beeld?

Door de juiste invalshoeken en genres te kiezen bereiken we de onderstaande effecten.

Effecten

- Inspiratie: ideeën en argumenten krijgen/geïnspireerd raken
- Actie: in beweging komen om te verbeteren/contact zoeken
- Informatie/weten/horen: gevoel krijgen dat je weet wat er speelt/context bij het dagelijks werk ervaren/gehoord voelen
- Evalueren: bewust worden van verbeterpunten/zaken anders/beter kunnen aanpakken

Deze effecten bereiken we door onderstaande tools in te zetten.

Spelen met perspectieven/invalshoeken

- Inzoomen (nog kleiner maken) versus uitzoomen (nog groter maken)
- Terugkijken versus vooruitkijken
- Vergelijken tussen: vroeger en nu/ binnen- en buitenland/ gemeenten en mensen onderling/ meningen en ervaringen
- Naar binnen kijken versus naar buiten kijken

Spelen met genres

- Rubrieken (vaste vorm voor elk nummer) in verschillende genres.
- Artikelen: analyse, achtergrondartikel, reconstructie, essay, reportage, column, enquête, test, profiel, portret, lijst-artikel, how-to-artikel, etc.

Spelen met beeld

- Journalistiek (beeld vertelt verhaal of versterkt verhaal) of illustratief (eyecatcher)
- Werken met contrasten: menselijke maat versus illustratief, vertrouwd (familiegevoel) versus ontregelend en prikkelend, zwaar versus licht

Uitdagen om perspectieven te verkennen

- Als Den Haag nu eens niet over de brug komt
- Hoe je een burgerinitiatief doodslaat
- Waarom inspraakavonden niet werken
- Hoe houd je het lang(er) uit in de lokale politiek?
- De kunst van het slimmer luisteren en vragen: Wat als?, Wat nu?, En dan?, Wat horen we niet?)
- Een leven lang ambtenaar (en waarom dat ongezonder is)

Uitdagen om onderwerpen integraal en buiten je rol/functie te verkennen

- Onderwerpen waar mogelijk benaderen vanuit de verschillende perspectieven en rollen van de doelgroepen. Daarom geen specifieke rubrieken voor specifieke functies als wethouders en raadsleden. Juist het integrale aspect van de meest urgente maatschappelijke thema's in Nederland willen we zo adresseren.

Voorbeelden bladpijlers

Hieronder geven we voorbeelden van uitwerkingen van verschillende bladpijlers (deels echte namen, deels verzonnen)

Bladpijler: Beter Nederland

Focus: bestaanszekerheid

<Kop> **Zij klopten ooit zelf aan bij voedselbank**

Dit artikel portretteert drie gemeentebestuurders, -raadsleden en -ambtenaren die zelf ooit bij de voedselbank hebben gestaan met de vraag: wat gaat er mis in ons systeem? De urgentie van het thema illustreren we met persoonlijke drijfveren die uit eigen ervaring voortkomen. Het artikel agendeert de noodzaak van het oplossen van armoede in Nederland. Dit staat centraal op het vervolg op de Top Bestaanszekerheid (georganiseerd door VNG) en voorstellen van VNG, die zij daar presenteert.

Kader 1: column van armoede(ervarings)deskundige Tim 's Jongers met een oproep aan gemeenten Nederland over wat de vervolgtop moet opleveren.

Kader 2: Qr-code met link naar de kenniswerkplaats bestaanszekerheid van het VNG Platform Sociaal Domein

Kader 2: Qr-code om meteen aan te melden met link naar VNG-website, bericht vervolgtop bestaanszekerheid

Beeld: portretten in serie, roept iets van vervreemding op een gevoel van 'Dit had ik ook kunnen zijn.' Voor de meeste mensen is armoede namelijk een ver-van-mijn-bed show, maar een realiteit die iedereen kan overkomen.

2 kaders

Focus: fysieke leefomgeving

Bladpijler: Beter Nederland

<Kop> **Als we hen nu eens vragen een straat in te richten...**

Dit artikel onderzoekt lastige keuzes die gemeenten moeten maken en belicht op een speelse manier dilemma's bij het inrichten van een goede straat. Dit onderwerp kun je brengen in een periode dat gemeenten zich voorbereiden op de gemeenteraadsverkiezingen en partijen hun programma's schrijven. We vragen dwarsdenkers met een verschillende achtergrond een straat in te richten. Welk perspectief kiezen zij? Een topsporter kijkt namelijk anders naar levenskwaliteit dan een hovenier, arts, verkeerskundige, wethouder of bewoner. VNG magazine vraagt door bij de keuzes, welke prijs is de keuze jou waard, oftewel welke keuze maak je niet en hoe verdeel je de pijn?

Oud-topsporter en lifestyledeskundige Gregory Sedoc, internationaal vermaard tuinarchitect Piet Oudolf, hoogleraar neuropsychologie Erik Scherder, rijksadviseur voor de Fysieke Leefomgeving Jannemarie de Jonge, Leids verkeerswethouder Ashly North en bewoners Jasmine En Mounir uit Oude Pekela en Toine Jansen uit Schin op Geul.

De geïnterviewden kunnen kiezen uit een aantal elementjes waarmee men in een illustratie van een basic straat met rijtjeshuizen iets extra's kan geven, zoals een afgescheiden fietspad, een verbreed trottoir, extra struiken, extra bomen, parkeerplekken, extra ruimte voor de buurtbus, stoplichten voor extra veiligheid, drempels, speeltoestellen voor kinderen, rolstoel (symboliseert extra faciliteiten voor gehandicapten), fitnessstoestellen, een moestuin voor de buurt, of één ding naar eigen keuze. Ze mogen maximaal drie extra's kiezen en beredeneren hun keuze.

Vragen als: welke keuze doet het meest pijn?

In een kader een overzicht van instrumenten van VNG voor Beleidskeuzes en programma's maken ter voorbereiding op de gemeenteraadsverkiezingen in 2026. Partijen maken in de fase waarin het magazine verschijnt hun verkiezingsprogramma's.

Beeld: illustratief met portretinzetjes

Bladpijler: Een beter bestuur

Focus: uitvoering

<Kop> Een stad die gelukkig maakt, bestaat die?

De aanleiding is het thema van De Dag van Stad, die VNG organiseert met BZK. Eerste blok: Roel Wever, burgemeester van Heerlen en bestuurslid VNG, interviewt Jan Vapaavuori, in Heerlen, de gemeente met de minst gelukkige inwoners volgens onderzoek naar brede welvaart van het CBS. Deze oud-burgemeester van Helsinki (gezien als de meest functionele stad in de wereld) is een pleitbezorger van het principe van 'the functional city', waarbij een stadsbestuur werkt als een functionele en effectieve overheid en dienstverlening die inwoners in staat stelt hun tijd louter te besteden aan tijd die voor hen van belang is. Wever onderzoekt de uitgangspunten van de functionele stad. Wat kunnen we leren van de aanpak van deze Fin?

Wever en Vapaavuori spreken beide op het VNG-congres de Dag van de Stad, die gaat over wat stadsbewoners gelukkig maakt.

Kader 1: Vijf meest opmerkelijke sessies op de Dag van de Stad en een QR-code voor aanmelding

Kader 2: Twee korte cv's

Kader 3: Documentair beeld van inwoners in Dalfsen. Met als onderschrift: de gelukkigste inwoners van Nederland wonen in Dalfsen. De Overijsselse gemeente scoort het beste in onderzoek van het CBS naar 'brede welvaart'. Quote van wethouder Jan Uitslag (portefeuille Leven) over waar Dalfsen voor waakt als het om het geluk van haar inwoners gaat.

Kader 4: Infografiek met hittekaart van Nederland op basis van het geluk van inwoners.

Crossmediaal:

Voor de LinkedIn-rubriek Leonard Leest.

Het nieuwe boek van Jan Vapaavuori met verwijzing van Leonard naar het interview in VNG Magazine.

Pijler Krachtige VNG

Focus: mensen en clubbeleving én strategie

- **Rubriek Dito (of Eenheid in verscheidenheid).** In elke editie fotograferen we zes gemeentemensen die iets met elkaar gemeen hebben. Van dezelfde naam, tot dezelfde haardracht, interesse, rol, leeftijd. Dus als iets 55 jaar bestaat, zes 55-jarigen, rond Koningsdag alle gemeentemensen die Willem-Alexander heten, rond kerst alle gemeentemensen die op 25 december jarig zijn, etc. Deze rubriek benadrukt het clubgevoel van de VNG. De VNG is een vereniging van mensen, met eenzelfde doel: werken voor de inwoners van alle Nederlandse gemeenten. Al die drijfveren van de leden bij elkaar vormen de drijvende kracht achter de vereniging. Het is een gemakkelijke en menselijke vorm om te laten zien dat al die leden ondanks de verschillen veel met elkaar gemeen hebben. Onvervalst mensenartikel met lichte toon.
Genre: beeldartikel, intro en alleen namen en korte beschrijving van functie
Twee pagina's
Bladpijler: een krachtige VNG

Indeling en bladritme (papiereditie, tevens digitaal)

De indeling van het blad en het ritme van de artikelen in het blad schrijven we hieronder uit.

Bladritme en bladindeling

Totaal: 48 pagina's

Bladritme: kort - lang - kort

Tekst-beeld-verhouding: 55%-45%

- De indeling van VNG Magazine ademt het motto van het magazine: **vragen naar de onbekende weg**. Vragen is zoeken en daartoe willen we de lezer verleiden door deze na een prikkelende en verleidelijke cover Kort en Krachtig (rubriek) bij te praten over waar het in gemeenteland, bij de VNG en in politiek Den Haag over gaat. Met daarin ook ruimte voor de belangrijkste gezichten van VNG waarin ze (deels) ingaan op de inhoud van het magazine (Sharon Leest/Leonard leest).
Als de lezer is bijgepraat nemen we die mee de diepte in, zonder al te veel afleiden. Daarom geen kort werk in het middendeel, zoals één-pagina-artikelen. Die komen aan het einde van het magazine weer als de honger naar verdieping en concentratie wat is gestild. Het korte werk en de praktische zaken (bijvoorbeeld vacatures) programmeren we zoals een schil om de verdiepingspagina's heen. Dus ook bij het van achteren naar voren bladeren (een deel van de lezers doet dit) gaan we van kort (bijpraten en hoofdlijnen) naar lang. Met uitzondering van het hart van het magazine, de pagina's 24 en 25 (bij 48 pagina's). Dit is een beeldspread waar we de mensen laten zien die samen de vereniging vormen, op een speelse manier (Dito of Eenheid in verscheidenheid).
- De middelgrote artikelen geprogrammeerd voor de pagina's 32 tot en met 38 zijn artikelen die op het laatste moment kunnen worden gemaakt. De artikelen zijn niet geformatteerd. Genre en omvang is afhankelijk van het doel van het artikel. Zo creëren we inhoudelijke flexibiliteit in de productietijd in voor meer actuele zaken, denk aan reacties op de actualiteit vanuit het VNG-bestuur of 'politiek Den Haag'. In een blad dat zes, acht of tien keer per jaar verschijnt is die actualiteit natuurlijk relatief.
- Als blad voor verdieping denken we aan een **tekst-beeld-verhouding van 55-45%**, dus net iets meer tekst, met name in het middendeel van het magazine. In beeld variëren we met fotografie, illustraties en typografisch beeld (zie coverideeën). We wensen geen advertenties in de nieuwe bladformule van het VNG Magazine. Indien bij uitzonderingen, eventuele advertenties (beeld) bij voorkeur programmeren in het lichte segment van het blad, voorin of achterin, maar niet tussen de verdiepingsartikelen om de lezer niet af te leiden. Eventuele advertenties (beeld) zijn te programmeren in het lichte segment van het blad, voorin of achterin, maar niet tussen de verdiepingsartikelen om de lezer niet af te leiden.

Plank

In dit voorstel voor de plank wordt per artikel (rubriek of los artikel) omvang (aantal woorden/pagina's), aanpak en bijpassend beeldidee beschreven. Daar waar de rubriek specifiek is gekoppeld aan een van de bladpijlers wordt dat aangegeven. Voor de algemene artikelen willen we de onderwerpen spreiden over de bladpijlers om inhoudelijk te kunnen blijven variëren en verrassen, ook in het verdiepingsgedeelte.

Pagina 1

Cover

Pagina 2 en 3

- **Gemeente...**

Beeldcolumn. Fotograaf des vaderlands Jan Dirk van der Burg brengt gemeenteland in beeld (voortbordurend op zijn serie Typisch Nederland in de NRC). Hij zoekt naar wat gemeenten bindt in het dagelijkse leven uitgaande van woorden in combinatie met gemeente... Denk aan gemeenteraden, gemeentegrenzen, gemeentehuizen, gemeentebedrijven, gemeentebelastingen, gemeente..., etc.

Bladpijler: een krachtige VNG

Twee pagina's

Pagina 4 en 5

- **Commentaar.** Column van algemeen directeur VNG Leonard Geluk
Aantal woorden: max. 200-250
- **Inhoud**
Met beeldteasers en koppen van de meest urgente en spraakmakende artikelen.
1,5 pagina's
Aantal woorden: max. 350
- **Colofon**
0,5 pagina

Pagina 6 t/m 9

- **Kort en Krachtig.** Vier pagina's met twee korte berichten, een agenda en drie rubrieken. Denk aan een agenda en lees-, kijk-, en luistertips (boeken, podcasts, films, docu's, programma's) in vlotte stijl.
Bladpijler: een krachtige VNG
- **Rubriek Viral.** Spraakmakende quotes uit gemeenteland in de media. Plus opvallende #VNG uit social media.
Bladpijler: een krachtige VNG
0,5 pag.
Aantal woorden: 300
- **Rubriek Sharon Leest/Leonard Leest.** Afwisselende column waarin Sharon en Leonard ingaan op een onderwerp of thema uit dit nummer.
Bladpijler: een krachtige VNG
0,5 pagina
Aantal woorden: max. 200-250
Crossmediaal: Verschijnt ook op VNG.nl en LinkedIn met het label VNG Magazine
- **Rubriek Inzage vooraf.** Drie VNG-leden (burgemeester, wethouder, ambtenaar) blikken vooruit op een artikel in dit nummer. Ze lezen mee en pikken er iets opvallends uit. Waarom je dit artikel móet lezen, of wat de persoon erbij voelt of zelf heeft meegemaakt. Altijd iemand met een bijzonder verhaal.
Korte quotes van elk max. 100-150 woorden
Bladpijler: een krachtige VNG
0,5 pagina
Crossmediaal: Verschijnt ook op VNG.nl en LinkedIn VNG Magazine (in overleg met de sprekers) op de eigen LinkedIn-pagina's van de sprekers

Pagina 10 t/m 15

- **Interview.** Een klassieke vorm: het grote interview waarin de diepte wordt ingegaan met een VNG-lid of buitenstaander met een bijzonder verhaal. Tussen de vier en zes pagina's. Altijd uitgesproken en beeldbepalende mensen die gemeenteland veranderen. Ze staan in het brandpunt van de belangstelling, of horen daar thuis volgens VNG Magazine. Dit kunnen mensen binnen en buiten gemeenteland zijn. Van de VNG-bestuurder en -directeur

tot de minister of CEO, van de hoogleraar tot de journalist/opiniemaker, van de activist tot de politicus. Doel is een spannend, kritisch, ontroerend gesprek, waarin we doorvragen naar diepere persoonlijke emoties en meningen in plaats van naar 'veilige' feiten. Gesprek moet gaan leven en het voelt voor de lezer als een voorrecht om bij zo'n gesprek te mogen zijn.

Genre: vraag-antwoord interview, of artikelvorm-interview, met cv en evt. kader(s).

Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur

Aantal woorden: max. 2.000

Vijf-zes pagina's

Crossmediaal: Een teaser verschijnt op VNG.nl, (evt. de e-mailnieuwsbrief) en LinkedIn VNG Magazine

Pagina 16 t/m 23

- **Longread.** We gaan nu echt de diepte in en nemen daar de ruimte voor, zoals breinbladen doen. Hierin brengen we vier tot vijf topexperts met elkaar in journalistiek contact rondom een groter thema, onder wie een VNG-bestuurs-, directielid of beleidsdeskundige. Met aandacht voor specifieke VNG-instrumentarium en beleid in een kader. Denk aan 2.500-3.500 woorden, à la tijdschriften als The New Yorker en The Atlantic. Zo ontstijgen we vanzelf het etalerende gehalte van veel artikelen waarin geïnterviewden het totale podium krijgen, iedereen pakt het deel waarover hij of zij het meest belangwekkende te zeggen heeft. Zorgt voor overzicht en inzicht. Er kunnen onderwerpen worden gekozen waar echt verschillende visies op zijn, waar nuances denkbaar zijn en die overal tot andere oplossingen leiden, de kop zou altijd met een 'als' kunnen beginnen.

- Als asielzoekers in je gemeente niet terugkeren...

- Als je de opdracht krijgt om nieuwe immigranten op te vangen in jouw gemeente

- Als je wel een nieuwe opdracht van het Rijk overneemt, maar geen capaciteit daarvoor hebt

- Als intergemeentelijk samenwerken moet, maar niet van de grond komt

Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur

Beeld: conceptueel, abstract, illustratief.

Aantal woorden: 2.500-3.000

Acht pagina's

Crossmediaal: Een teaser verschijnt op VNG.nl, (evt. de e-mailnieuwsbrief) en LinkedIn VNG Magazine.

Pagina 24 en 25 (het hart van het magazine)

- **Rubriek Dito (of Eenheid in verscheidenheid).** In elke editie worden zes gemeentemensen gefotografeerd die iets met elkaar gemeen hebben. Van dezelfde naam, tot dezelfde haardracht, interesse, rol, leeftijd. Als iets 55 jaar bestaat, zes 55-jarigen, rond Koningsdag alle gemeentemensen die Willem-Alexander heten, rond kerst alle gemeentemensen die op 25 december jarig zijn, etc. Dit is een gemakkelijke vorm om te laten zien dat we ondanks de verschillen veel met elkaar gemeen hebben. Onvervalst mensenartikel met lichte toon.

Bladpijler: een krachtige VNG

Genre: beeldartikel, intro en alleen namen en korte beschrijving van functie

Twee pagina's

Pagina 26 t/m 31

- Afwisselend een groot artikel (achtergrondartikel, reconstructie, test) en een reportage rond een urgent thema. De meerwaarde van een reportage is dat het aspecten van een onderwerp vanuit meerdere kanten belicht en abstracte zaken zoals beleid en plannen tastbaar maakt. Als lezer krijg je het gevoel onderdeel van de actie te zijn, letterlijk erbij te zijn. Er moet dus wel iets gebeuren voor een mooie reportage. De fotograaf brengt dit in beeld, waardoor de foto's het verhaal versterken en vice versa.

Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur

Genre: groot artikel (achtergrondartikel, reconstructie, test) of een geschreven reportage, met journalistiek beeld.

Aantal woorden: 1.500-2.000

Zes-acht pagina's

Pagina 32 t/m 35

- **Middelgroot artikel** (achtergrondartikel, interview, reconstructie, profiel of portret)
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Drie-vier pagina's (afhankelijk van wat nodig is)

Pagina 36 t/m 38

- **Middelgroot artikel/interview.** Deze plek in het magazine openhouden voor de meest actuele onderwerpen vlak voor de deadline. Dit kan ook een artikel zijn waarin de algemeen directeur of een van de VNG-bestuurders reageren op de actualiteit. Achtergrondartikel, interview, reconstructie, profiel of portret).
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Drie pagina's

Pagina 39

- **Rubriek VNG Monitor.** Feiten en getallen over gemeenteland. Denk aan interessante cijfers uit de dossiers op VNG.nl
Bladpijler: divers
Beeld: infografiek met korte verklarende tekst, 1 pagina
Crossmediaal: Een teaser (meest opvallende cijfer) verschijnt op VNG.nl, (evt. de e-mailnieuwsbrief) en LinkedIn.

Pagina 40 t/m 43 OpiniEPagina's

- **Rubriek Opiniestuk.** Twee pagina's voor een uitvoeriger opiniestuk van iemand uit gemeenteland.
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Aantal woorden: max. 600-800
- **Rubriek Column.** Een blik van buiten naar binnen. Twee columnisten uit een vaste poule reageert op actualiteit. Denk aan armoededeskundige Tim sJongers, arts Michelle van Tongerloo, oud-rijksbouwmeester en architect Floris Alkemade, voorzitter van NJR en het SER Jongerenplatform Kimberley Sniijders, schrijver en journalist Joris van Casteren, journalist/programmamaker Sinan Can of oud-arts en programmamaker Ruben Terlouw, etc..
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Crossmediaal: beide columns verschijnen ook op VNG.nl en LinkedIn VNG magazine (in overleg met de columnisten) op de eigen LinkedIn-pagina's van de sprekers
- **Rubriek Beste Thorbeckeprofessor**, hoogleraar Geerten Boogaard reageert op vragen van lezers
Een pagina
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Crossmediaal: Rubriek op VNG.nl waarin lezers direct vragen kunnen indienen bij de redactie. Elke editie van de Thorbeckeprofessor verschijnt op VNG.nl

Pagina 44 en 45

- **Rubriek DOEN/NIET DOEN.** Een geïnterviewde krijgt drie praktische oplossingen voorgelegd die aansluiten op reële kwesties. Door de keuze te maken voor doen of niet doen blijft VNG Magazine een beetje weg bij het meningencircus dat het gesprek van de dag vaak domineert, en gaat het meer over het handelen en het zoeken naar oplossingen. Op één antwoord mag de geïnterviewde uitgebreider terugkomen.
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur

Aantal woorden: max. 350

- **Rubriek Plaatselijk.** Deze rubriek gaat elke editie naar een andere provincie om te onderzoeken wat er speelt bij gemeenten: actuele kwesties, innovatieve projecten of beleidskeuzes of gemeentemensen die het verschil maken. Ook aandacht voor wat niet goed gaat en waar de gemeente hulp bij zoekt. Daar zit de meerwaarde van samenwerken en leren van elkaar bij de VNG. Ook een inhoudelijke manier om te laten zien dat VNG de grote thema's altijd belicht vanuit een lokaal en oplossingsgericht perspectief.
Vormgeving: een kaartje met accent op de betreffende provincie
Bladpijl: een krachtige VNG
Aantal woorden: max. 400 in twee of drie korte berichten met één of meerdere quotes.

Pagina 46 en 47

- **Rubriek Praktisch** met service en verenigingszaken, verwijzingen naar VNG.nl
Bladpijl: een krachtige VNG
Een pagina
- **Rubriek Vacatures**
Bladpijl: een krachtige VNG
Een pagina

Pagina 48 (achterpagina)

Bladpijl: een krachtige VNG

Beeld: advertentie VNG bijvoorbeeld voor een ledenraadpleging, een product of dienst uit de Gezamenlijke Gemeentelijke Uitvoering (GGU), een van de VNG-bijeenkomsten of congressen, of een bijeenkomst van een van de kennis- of beleidsnetwerken van de VNG, etc.

Of (verkapt) advertentie VNG)

- **VNG Next level.** Rubriek over bijzondere innovaties in gemeenteland a.d.h.v. een van de VNG-diensten en/of -producten.
Bladpijl: een beter Nederland of een beter bestuur
Genre: vraag-antwoord
Aantal woorden: 300-400

Andere ideeën

- **Rubriek De onbekende weg** (of Olifantenpaadjes). We gaan met twee geïnterviewden op zoek naar oplossingen die boven de bestaande oplossingen uitstijgen. Dit kan bij splijtende kwesties en dilemma's die om vernieuwende oplossingen vragen. Oftewel: welke oplossing er wordt gekozen, er kleven altijd weer nadelen aan. Of de oplossingen worden gevonden is niet eens zo belangrijk, maar het ontstijgt het niveau van de discussie, en gaan in dialoog op zoek naar nieuwe wegen. Denk aan onderwerpen als vluchtelingenopvang, openbaar vervoer, woningbouw, energie, arbeidsmigratie, etc.
Bladpijl: een beter Nederland of een beter bestuur
Genre: uitgeschreven
- **Beeldrubriek Hoofdpijnen.** Van een complex gemeentelijk dossier zoals de jeugdzorg, burgerparticipatie, huiselijk geweld, stikstof, etc., wordt een samenvatting gemaakt, gevat in een illustratie, inclusief een korte tekst gemaakt in samenspraak met de specialist bij VNG. Denk bij de illustratie aan een stroomdiagram, een beslisboom of een kernachtig beeld. Met verwijzingen naar de dossiers bij deze thema's op VNG.nl. Het artikel praat de lezer in korte tijd en op een speelse manier bij over de hoofdpijnen van een dossier.
Bladpijl: een beter Nederland of een beter bestuur
Twee pagina's

- **Leermeesters (oudgedienden).** Een jonge collega (-burgemeester, wethouder, raadslid, -griffier of - ambtenaar) zwaait een oudgediende uit (die met pensioen gaat of voor een andere reden vertrekt) met een kleine oude aan deze leermeester. Een inspirerend en leerzaam alternatief voor de Personalia.
Bladpijler: een krachtige VNG
Aantal woorden: 250
- **Rubriek Beste Sharon.** In deze rubriek beantwoordt Sharon Dijksma in een persoonlijke reactie een mail of brief van een VNG-lid. In een korte tekst licht de persoon de vraag toe.
Bladpijler: een krachtige VNG
Genre: column
Aantal woorden: 200-300
- **Rubriek Dubio.** VNG-lid (afwisselend bestuurder, raadslid en ambtenaar) diept een lastige keuze uit.
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Een pagina
Aantal woorden: 300-400
- **Rubriek Toetssteen.** In deze rubriek worden oplossingen en gemeentebestuur getoetst aan typische toetsstenen als haalbaarheid, doelmatigheid, betaalbaarheid, etc. aan de hand van een VNG-deskundige. Waar wringt de schoen?
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Aantal woorden: 400
- **Rubriek Zo zit dat.** In deze rubriek legt een VNG-medewerker een regeling of kwestie kernachtig uit. Op basis van vragen aan de vereniging over beleid en uitvoering. i.s.m. VNG'ers uit de Redactieraad. Beeld van VNG-medewerker en vragensteller als inzetje.
Bladpijler: een krachtige VNG
Aantal woorden: 250-350
- **Is dat wel zo? (Hoezo?).** Korte rubriek over aannames. In deze rubriek stellen we vastgeroeste denkpatronen ter discussie. Waarom is een parkeerplek alleen bestemd voor een auto of motor? Waarom mogen 16-jarigen wel belasting betalen, maar niet stemmen?
Bladpijler: een beter Nederland of een beter bestuur
Aantal woorden: 300-400
Tijd: zes uur
- **Rubriek Waan van de dag.** In elk nummer legt een lezer zijn of haar dag zelf vast met foto's van de smartphone. We zoeken hiervoor mensen uit gemeenteland met een bijzonder verhaal, die op het punt van doorbreken staan of gelinkt zijn aan thema's, onderwerpen, producten of diensten van de VNG die op dat moment actueel zijn. Mooie kans om jongeren in de VNG-gemeenschap te portretteren.
Bladpijler: een krachtige VNG
Genre: beeldrubriek. Bladpijler, Ik en het CBR
Aantal woorden: 200-300
- **Rubriek Eerste keer.** Elke rubriek vijf keer een eerste keer. Eerste keer een raadsvergadering voorzitter, eerste keer inwoners toespreken, eerste keer met nabestaanden spreker bij een ramp, de maiden-speech in de raad, eerste keer hoog bezoek, etc.
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Aantal woorden: 300-400

- **Rubriek Tegenstellingen.** Over de dilemma's van regels versus praktijk, snel versus secuur, jong versus oud, kostenbesparend versus kwaliteit verhogend, etc.
Bladpijler: een beter Nederland of een beter bestuur
Aantal woorden: 400
- **Column Klare taal (Wordfeud, Gemeentetaal).** Columnist Japke Bouma van NRC, of taalvirtuoos en cabaretier Pieter Derks, doorgronden de taal in gemeenteland houdt de lezer op een humoristische en zelfkritische manier de spiegel voor. Ze neemt elke keer een typisch woord of typische zegswijze onder de loep te nemen dat/die in gemeenteland veelvuldig wordt gebezigd. Denk aan woorden/zegswijzen als transitie, opgave, verduurzaming (de verduurzamingsopgave), problematiek, verbinding, participatie, inspraak, gezamenlijkheid, gewone mensen, draagvlak. Maar ook taalconstructies als 'Dat moeten we niet willen'. Wat zegt dit over hoe we communiceren in gemeenteland?
Bladpijler: een beter bestuur
Aantal woorden: 300-350
- **Rubriek Contrast.** We brengen een urgent onderwerp door daar twee gemeenten naar te laten kijken (burgemeester, wethouder, raadslid of ambtenaar). Een kleine versus grote gemeente, een gemeente boven en onder de rivieren, een gemeente in stedelijk en een in landelijk gebied, een gemeente met veel gelukkige en een met veel ongelukkige inwoners, een rijke gemeente en een arme gemeente, een jonge gemeente en een oude gemeenten. Welke dilemma's en oplossingen zien ze?
Bladpijler: een krachtige VNG of een beter Nederland of een beter bestuur
Aantal woorden: 800-1.000
- **Beeldrubriek <12.00 uur>.** Steeds een opmerkelijke gebeurtenis in een gemeente op een ander tijdstip.
Genre: verhalend beeldartikel. Twee-paginabeeld in het hart van het magazine. Beeld is leidend, maar we zoeken naar een bijzonder verhaal van iemand.
Aantal woorden 50-75
Bladpijler: een krachtige VNG

Uitgangspunten ontwerp

Voor de presentatie van de vormgeving van de nieuwe bladformule, zie de bijlage presentatie VNG Magazine vormgevingsconcept.

Formaat

In een concept dat wordt gewaardeerd door de doelgroep wensen we niet te veel te veranderen, naast design, inhoud en stijl. Om die reden denken we aan het formaat van een 1/1-pagina: 210 mm (breed) x 297 mm (hoog). Dit is regulier A4-formaat en herkenbaar voor de doelgroep. Het is tevens veelgebruikt en eenvoudig te reproduceren (A4-kopieën), wat een deel van de doelgroep zal blijven doen (naast online delen).

Stramien

Het stramien bestaat uit zeven kolommen. Telkens worden er twee kolommen gebruikt om één tekstkolom in te plaatsen. Dit betekent dat er hierdoor telkens één kolom overblijft. Deze wordt gebruikt voor het plaatsen van bijschriften, toevoegingen etc., maar ook voor het creëren van 'wit/lucht' op de pagina.

Papier

In overleg. Het papier dient in lijn met onze huisstijl te voldoen aan toegankelijkheid. We denken aan zacht wit papier (met een licht gele toon). Helemaal wit zorgt namelijk voor veel contrast en maakt het lezen van de pagina's inspannend. Zacht wit zorgt voor ontspanning aan de ogen wat met name het lezen van de wat langere stukken aangenaam maakt. Ook heeft het papier een matte

toplaag. Het magazine moet wegblijven van een 'glossy' uitstraling. Mat papier zorgt voor een journalistiekere uitstraling.

Kleurgebruik

Het is belangrijk dat het VNG Magazine in lijn is met de huisstijl en voldoet aan toegankelijkheid. De huisstijl van VNG werkt voornamelijk met twee hoofdkleuren. Deze zijn ook in het basisontwerp dominant en terug te vinden in primaire elementen als koppen en kaders. Naast de twee hoofdkleuren werkt de huisstijl met accentkleuren. Deze kleuren zijn terug te vinden in secundaire elementen, zoals achtergrondkleuren van rubrieken.

Typografie basisontwerp

Voor typografie dient rekening te worden gehouden met de toegankelijkheid in lijn met onze huisstijl. De keuze voor typografie is in overleg.

- Miller Text Roman. Het lettertype 'Miller' dient als broodletter. Een gerenommeerde broodletter, met een rijke historie in wereldberoemde magazines.
- FreightBig ProBook. Deze scherp gesneden schreefletter vinden we hoofdzakelijk terug in de koppen.
- Figtree Bold. De huisstijlletter van het VNG gebruiken we in koppen en woordkaders. Ook gebruikt voor kaders en bijschriften.

Coverbeleid

- Poster. Voor de cover van het VNG Magazine willen we prikkelende illustratieve covers, met een posteruitstraling. De visuals kunnen ook beelden zijn, meestal in combinatie met een prikkelende, heldere tekst of woorden.
- Nadenken. De cover nodigt uit om verder te kijken en te denken. Dit willen we realiseren door onderwerpen vanuit een scherpe en verrassende invalshoek te benaderen, die de lezer aan het denken zet of een boodschap van de VNG versterkt.
- Uitdagen. Met een uitdagende of verrassende invalshoek gaat de cover een interactie aan met de lezer.

Beeldbeleid

- Fotografie:
 - Zowel kleur als zwartwit
 - Artistiek, maar toch vooral journalistiek
 - Contrastrijk
 - Focus op het onderwerp
- Illustraties
 - Volwassen
 - Stevig en fris
 - Helder van kleur (VNG kleuren)
- Infographics
 - Helder van kleur (VNG kleuren)
 - Zakelijk
 - Eenvoudig
 - Helder af te lezen