

Bijlage 1 Programma van Eisen

Nr.	Algemeen
1.	Opdrachtnemer gaat de vernieuwing van het VNG Magazine doorvoeren aan de hand van de nieuwe bladformule.
2.	Opdrachtnemer is verplicht om minimaal één keer per twee jaar een lezersonderzoek uit te voeren door een onafhankelijk bureau, in overleg met de VNG. Waarbij het VNG Magazine wordt getoetst. b. De vraagstelling komt tot stand in overleg tussen de VNG en opdrachtnemer. c. De kosten van het onderzoek zijn voor rekening van opdrachtnemer. d. VNG Magazine krijgt tenminste een waardering van leden met een gemiddeld cijfer van 7. e. Indien lager dan een 7 verwacht de VNG van opdrachtnemer een concreet verbeterplan op basis van de uitslagen van het lezersonderzoek. Ook dient opdrachtnemer versneld (binnen een 8 maanden) opnieuw een lezersonderzoek uit te voeren om aan te tonen dat inmiddels minimaal een 7 wordt gehaald. Als dat niet het geval is wordt beëindiging van de overeenkomst overwogen.
3.	De prijsopgave die inschrijver indient is voor twee jaar vast. Drie maanden voor het einde van het 2e contractjaar kan opdrachtnemer aan de VNG een voorstel voor prijswijziging doen. De CPI van het CBS wordt hierbij gevolgd. Portokosten vallen buiten de prijswijziging op basis van de CPI en worden conform opgave Post NL doorgevoerd. Eventuele kortingen die inschrijver daarbij ontvangt worden doorberekend aan de VNG. Inschrijver toont de portokosten aan.

Nr.	Redactie
4.	Opdrachtnemer formeert een professionele eigenstandige redactie. De VNG levert geen artikelen. De VNG stuurt inhoudelijk aan en kan wel onderwerpen en contactpersonen aanleveren. Er kan ook inhoudelijk een beroep gedaan worden op de VNG-medewerkers. De VNG gaat hiervoor geen personele verplichtingen aan. Echter: de VNG is wel eindverantwoordelijk voor alle content van het magazine. De continuïteit van de redactie en daarmee VNG Magazine dient te zijn gewaarborgd.
5.	VNG Magazine op VNG.nl: behouden op twee niveaus, namelijk gekoppeld aan de VNG-onderwerpenstructuur, VNG Nieuws en/of de VNG Fora en als eigen onderwerp op VNG.nl a. De content van het Magazine wordt ook geplaatst op www.vng.nl. Update op de website gelijk met het papieren verschijningsmoment en content op andere momenten als de actualiteit er om vraagt. Opdrachtnemer krijgt een inlog om zelf content te uploaden op deze website. b. Themapagina VNG Magazine op de huidige website samenstellen en het plaatsen van de achtergrondartikelen, na publicatie van de print-editie, en het plaatsen van de digitale versie van VNG Magazine op deze themapagina.

Nr.	Redactie
6.	Unieke, voor deze werken verkregen content, is vertrouwelijk tot publicatie en dient uitsluitend voor de VNG-middelen te worden ingezet. Dit in verband met het kunnen beschikken over interne bronnen en toegang verkrijgen tot interne kanalen en middelen. Bij publicatie is het citaatrecht (met bronvermelding) van toepassing.
7.	De VNG heeft het recht vóór publicatie mee te lezen. De VNG kan corrigeren en in het ergste geval een publicatie opschorten, aanhouden of tegenhouden.

Nr.	Juridische eisen
8.	VNG bepaalt wie er op basis van de door haar vastgestelde criteria een gratis abonnement op het VNG-magazine ontvangt. De registratie van de gratis abonnees ligt bij VNG. De VNG levert de verzendinformatie (het adressenbestand) van de gratis abonneementhouders aan de opdrachtnemer. Opdrachtnemer verzorgt de verzending. Het adressenbestand is en blijft eigendom van VNG. Het adressenbestand mag niet worden gekopieerd, vermenigvuldigd, verrijkt met andere adresbestanden of op enige andere wijze worden aangepast. Aanlevering van het adressenbestand geschiedt op basis van een vooraf vastgestelde jaarplanning een week voor de verzenddata van het VNG-magazine. Na verzending van het VNG-magazine dient het adressenbestand te worden vernietigd. T.b.v. de wijze van veilige overdracht van het adressenbestand, als ook t.b.v. het op correcte wijze doorgeven van mutaties (retour gezonden exemplaren wegens verhuizing etc.) en overige zaken m.b.t. dit adressenbestand maken opdrachtgever en opdrachtnemer afzonderlijk afspraken welke worden vastgelegd in een verwerkersovereenkomst.
9.	Het is opdrachtnemer toegestaan zelf (betaalde) abonnees te werven om zo extra inkomsten te vergaren. Opdrachtnemer is zelf verantwoordelijk voor dit adresbestand. Het door opdrachtnemer te onderhouden adressenbestand mag niet worden gekoppeld aan het door VNG aan te leveren adressenbestand van gratis abonnees. Huidige en toekomstige opdrachtnemer maken nadere afspraken over de wijze van veilige overdracht en overige verhandelingen m.b.t. het huidige adressenbestand.
10.	De voor het magazine geleverde content blijft eigendom van de VNG. Wat door uitgever ontwikkeld is (in het kader van de overeenkomst) wordt en blijft eigendom van de VNG.
11.	Opdrachtnemer en opdrachtgever stellen in overleg een redactiestatuut vast. Het redactiestatuut wordt na vaststellen opgevolgd.
12.	Inschrijver voldoet aan de relevante wetgeving en richtlijnen en stemt in met de conceptovereenkomst + bijlagen.

Nr.	Juridische eisen
13.	Inschrijver voldoet aan de AVG. In verband met de AVG is het voor het gebruik van het abonneebestand nodig dat opdrachtnemer instemt met de Verwerkersovereenkomst en deze ondertekent.

Nr.	Technische eisen
14.	Opdrachtnemer levert periodiek, ter goedkeuring, de planning voor het opleveren van VNG Magazine.
15.	Plaatsing van doorbladerbare online versie (Issuu of vergelijkbaar) van VNG Magazine en de digitaal toegankelijke vorm volgens de WCAG normering, op de VNG-website op de dag van verzending van de papieren versie.
16.	Opdrachtnemer garandeert dat de digitale opmaakbestanden (inclusief eventuele aanpassingen) eigendom worden of blijven van de VNG.
17.	Indien de opzet en de vormgeving (de bladformule) tijdens de looptijd van de overeenkomst verandert, dan worden de eenmalige kosten van deze verandering in nader overleg vastgesteld.
18.	a. Commerciële activiteiten, zoals exploitatie van advertentieruimte en zelf afgesloten abonnementen, komen ten goede aan de uitgever. b. De advertentieruimte houdt rekening met de bladformule en beslaat enkel het lichte segment van het blad, voorin of achterin, maar niet tussen de verdiepingsartikelen. c. Commerciële activiteiten mogen geen negatief effect hebben op de positie, het imago en de reputatie van de VNG en worden daarom vooraf afgestemd en/of getoetst aan overeengekomen criteria. d. Daarbij geldt dat in het magazine ook ruimte moet kunnen worden gereserveerd voor advertenties van de VNG en dochterondernemingen, zonder dat hiervoor kosten worden berekend aan de VNG en dochterondernemingen. e. De website www.vng.nl valt buiten de scope van de commerciële activiteiten. Op de website is geen gelegenheid voor advertenties.

Nr.	Toegankelijkheid
19.	Elke versie van het VNG Magazine willen we digitaal beschikbaar op VNG Magazines VNG zoals nu gebeurt, doorbladerbaar (Issuu of vergelijkbaar) en in digitaal toegankelijke vorm volgens de WCAG normering.

Nr.	Functionele eisen
20.	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor het drukken en het verspreiden van het magazine.

Nr.	Uitgangspunten ontwerp
21.	Omvang: 44-48 pagina's 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).
22.	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.
23.	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.
24.	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.
25.	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.
26.	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.

Nr.	Uitgangspunten ontwerp
27.	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