

## HANDBOEK VOOR DE REDACTEUR



HEIDI AALBRECHT

PYTER WAGENAAR

# Handboek voor de redacteur

BOOM

AMSTERDAM

Eerste editie, 2015

© 2015 Heidi Aalbrecht & Pyter Wagenaar

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (Postbus 3060, 2130 KB, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

*No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

De tekst is gezet uit de Arnhem, een ontwerp van Fred Smeijers.

*Redactie* Taalwerkplaats, Amsterdam

*Boekverzorging* René van der Vooren, Amsterdam

*Druk en afwerking* Wilco, Amersfoort

ISBN 978 90 8953 495 8 | NUR 624, 615

## *Inhoud*

Voorwoord *Jan Renkema* 11

Leeswijzer 13

- 1 DE OPDRACHT 19
  - 1.1 Wat houdt de opdracht in? 22
  - 1.2 Bepalen hoeveel tijd een opdracht kost 23
    - 1.2.1 Hoe stel je omvang en kwaliteit van de tekst vast? 24
    - 1.2.2 Hoe stel je de bewerkingstijd vast? 24
    - 1.2.3 Vertaling, kopijbeoordeling en schrijfcoaching 26
  - 1.3 Een planning maken 27
    - 1.3.1 Wanneer maak je een planning? 27
    - 1.3.2 Wat zet je in de planning? 27
    - 1.3.3 Presentatie van een planning 28
  - 1.4 Bepalen wat je voor een opdracht rekent 31
    - 1.4.1 Wat neem je als basis voor je tarief? 31
    - 1.4.2 Hoe stel je je tarief vast? 32
  
- 2 VOORBEREIDING OP DE REDACTIE 35
  - 2.1 Kopijbeoordeling 37
  - 2.2 Een standaardopmaak voor tekst 38
    - 2.2.1 Welke opmaakelementen mag de tekst bevatten? 39
    - 2.2.2 Onbruikbare opmaak verwijderen 40
    - 2.2.3 Koppenstructuur aanbrengen 41
    - 2.2.4 Tekstelementen markeren 42
    - 2.2.5 Beeld los aanleveren 42
    - 2.2.6 Het basisbestand met de standaardopmaak opslaan 43
  - 2.3 Voordat je begint met redigeren 44
    - 2.3.1 Bijhouden wat je wijzigt 44
    - 2.3.2 Opmerkingen en vragen voor de auteur 45
    - 2.3.3 Aantal redactieronden 46
  - 2.4 Instructies voor de vormgever 47
    - 2.4.1 Instructies voor het ontwerp 47
    - 2.4.2 Instructies in de kopij 49

3	TEKST REDIGEREN	51
3.1	Een model voor redactie	54
3.1.1	Drie criteria voor tekstkwaliteit	54
3.1.2	Het redactiemodel in dit hoofdstuk	55
3.1.3	Hoever gaat jouw redactie?	56
3.2	Correctheid: een foutloze tekst	56
3.2.1	Presentatie: correcte spelling en interpunctie	56
3.2.2	Formulering: correcte zinsbouw en woordkeuze	65
3.2.3	Opbouw: correcte verbindingen	77
3.2.4	Inhoud: juistheid van informatie	79
3.2.5	Tekstsoort: genreregels	81
3.3	Consistentie: een consequente tekst	82
3.3.1	Presentatie: afstemming tekst en vormgeving	82
3.3.2	Formulering: eenheid van stijl	83
3.3.3	Opbouw: consequente structurering	84
3.3.4	Inhoud: overeenstemming tussen informatieonderdelen	87
3.3.5	Tekstsoort: genrezuiverheid	88
3.4	Correspondentie: doel en doelgroep van de tekst	88
3.4.1	Presentatie: gepaste presentatie	88
3.4.2	Formulering: gepaste formulering	89
3.4.3	Opbouw: inzichtelijke samenhang	105
3.4.4	Inhoud: voldoende informatie	108
3.4.5	Tekstsoort: passende tekstsoort	112
4	REDACTIONELE CONVENTIES EN HUISSTIJLREGELS	113
4.1	Welke taalnaslagwerken volg je?	115
4.2	Welke schrijfwijze volg je als er keuze is?	117
4.3	Een redactielijst bijhouden	127
5	CHECKLISTS VOOR VERSCHILLENDE TEKSTSOORTEN	129
5.1	Het doel van een tekst	131
5.2	Kenmerken en aandachtspunten van verschillende tekstsoorten	133
5.2.1	Advertentie	133
5.2.2	Artikel in krant, tijdschrift of ander periodiek	134
5.2.3	Brief of e-mail	135
5.2.4	Column of blog	135
5.2.5	Essay	137
5.2.6	Folder of brochure	137
5.2.7	Gebruiksaanwijzing of instructie	138
5.2.8	Kort verhaal	139
5.2.9	Non-fictieboek	139
5.2.10	Persbericht	140
5.2.11	Rapport of verslag	140
5.2.12	Roman of novelle	141
5.2.13	Webtekst	141

6	<b>BEELD IN DE TEKST</b>	<b>143</b>
6.1	<b>Beeld of tekst?</b>	<b>145</b>
6.1.1	Tabellen en grafieken	146
6.1.2	Modellen en symbolen	149
6.1.3	Argumenteren met beeld	149
6.2	<b>Bijschriften</b>	<b>154</b>
6.2.1	Aanduiding: vanuit de tekst verwijzen naar beeld	154
6.2.2	Verklaring: een bijschrift schrijven	156
6.2.3	Verantwoording: de bron van het beeld	156
6.3	<b>Beeld aanleveren</b>	<b>157</b>
7	<b>LITERATUURVERWIJZING EN LITERATUUROPGAVE</b>	<b>159</b>
7.1	<b>Literatuurverwijzing in de tekst</b>	<b>161</b>
7.1.1	Hoe vermeld je de auteursnaam en het jaartal?	162
7.1.2	Hoe vermeld je paginanummers?	162
7.1.3	Hoe verwijst je naar meer dan één auteur?	163
7.1.4	Hoe verwijst je naar meer dan één publicatie?	163
7.1.5	Hoe citeer je uit een indirecte bron?	164
7.1.6	Hoe citeer je uit archieven en uit bronnen die niet openbaar zijn?	164
7.2	<b>Titelbeschrijving in de literatuuropgave</b>	<b>165</b>
7.2.1	Waar vind je de benodigde gegevens voor een titelbeschrijving?	165
7.2.2	Zelfstandige publicatie	166
7.2.3	Onzelfstandige publicatie	171
7.2.4	Overige bronnen en internet	172
7.3	<b>Literatuuropgave indelen</b>	<b>173</b>
8	<b>HET REGISTER</b>	<b>177</b>
8.1	<b>Opbouw van een register</b>	<b>179</b>
8.1.1	Wanneer is een register nodig?	179
8.1.2	Wat is een goed trefwoord?	180
8.1.3	Presentatie van de trefwoorden	181
8.1.4	Vindplaatsen in het register	184
8.2	<b>Hoe maak je een register?</b>	<b>185</b>
8.2.1	Tekst met concordantiebestand	186
8.2.2	Tekst zonder indexmarkeringen	187
8.2.3	Opgemaakte proef zonder indexmarkeringen	188

9	PROEVEN EN WEBPAGINA'S CORRIGEREN	189
9.1	Wat controleer je op een proef?	192
9.1.1	Welke tekstuele correcties geef je aan?	193
9.1.2	Welke correcties voert de vormgever door?	193
9.2	Een papieren of digitale proef corrigeren	194
9.2.1	Wat heb je nodig voor proefcorrectie?	194
9.2.2	Hoe geef je correcties aan?	195
9.2.3	Hoe pak je een proef aan?	201
9.2.4	Hoe pak je een revisieproef aan?	206
9.2.5	Akkoord voor afdrukken	207
9.3	Een webtekst corrigeren	208
10	OMGAAN MET OPDRACHTGEVERS EN AUTEURS	211
10.1	Bespreek vooraf met de auteur wat hij kan verwachten	213
10.1.1	Auteursinstructies	213
10.1.2	Informatie over het traject van kopij tot publicatie	214
10.2	Een leesrapport maken	215
10.2.1	Voor wie is het leesrapport?	215
10.2.2	Wat staat er in het leesrapport?	216
10.3	Doortastend werken	217
10.3.1	Geen losse eindjes in de tekst	218
10.3.2	Problemen tijdig signaleren	219
10.3.3	Oplossingen aandragen	219
10.4	Tactvol werken	220
10.4.1	Verschillende soorten auteurs	220
10.4.2	Redigeren in de stijl van de auteur	223
10.4.3	De acceptatie van je correcties en suggesties bevorderen	223
10.4.4	De auteur voorbereiden op redactie en proefcorrectie	226
10.4.5	Tweede redactie: de reactie van de auteur verwerken	230
10.4.6	Proefcorrecties van de auteur verwerken	231
11	DE ONDERDELEN VAN EEN BOEK	233
11.1	Overzicht van de vaste onderdelen	235
11.2	Het voorwerk	237
11.2.1	Franse titel	238
11.2.2	Titelblad	238
11.2.3	Inhoudsopgave	241
11.2.4	Voorwoord	241
11.2.5	Leeswijzer	242
11.2.6	Proloog	242
11.3	De eigenlijke tekst	242
11.3.1	Inleiding	243
11.3.2	Hoofdstukken	243
11.3.3	Nawoord en epilooft	245



- 11.4 Het nawerk 245
  - 11.4.1 Bijlage 246
  - 11.4.2 Samenvatting 246
  - 11.4.3 Dankwoord en Over de auteur 246
  - 11.4.4 Begrippenlijst 246
  - 11.4.5 Afkortingenlijst 247
  - 11.4.6 Eindnoten 247
  - 11.4.7 Illustratieverantwoording 247
  - 11.4.8 Literatuuropgave 248
  - 11.4.9 Register 248
  - 11.4.10 Colofon 248
- 11.5 Het omslag 248
  
- 12 AUTEURSRECHT 251
  - 12.1 Wat valt onder het auteursrecht? 253
    - 12.1.1 Meer dan één maker 255
    - 12.1.2 Bewerker of vertaler 255
    - 12.1.3 Werk dat bestaat uit werk van anderen 255
    - 12.1.4 Werk in opdracht of loondienst 256
    - 12.1.5 Copyright notice 256
  - 12.2 Het auteursrecht overdragen 257
    - 12.2.1 Overdracht of licentie? 257
    - 12.2.2 Creative commons 258
  - 12.3 Werk van anderen gebruiken 258
    - 12.3.1 Tekst citeren 259
    - 12.3.2 Beeld citeren 259
    - 12.3.3 Overnemen voor het onderwijs 261
  - 12.4 Wat doe je als je plagiaat vermoedt? 262
    - 12.4.1 De grenzen van plagiaat 262
    - 12.4.2 De redacteur als tekstdetective 263

Bijlage

*Polijst de kopij met standaardcontroles* 269

Dankwoord 277

Geraadpleegde literatuur 278

Register 279



## Voorwoord

Door JAN RENKEMA

Veel redacteurs hebben een hekel aan schrijvers. Veel schrijvers hebben een hekel aan redacteurs. Dit boek brengt daar verandering in.

Weet u wat het verschil is tussen een redacteur en een schrijver? De Amerikaanse auteur Jarod Kintz zei het in zijn boek dat geen titel heeft (*This Book has no Title*) als volgt:

Het is gemakkelijk om te zien wat je moet doen als het al gedaan is. Veel moeilijker is het om dat te zien voordat het gedaan is of terwijl je het aan het doen bent. Welnu, dat is het verschil tussen schrijven en redigeren.

Hoe komt het toch dat schrijvers vaak niet zien wat ze moeten doen? De reden is nogal voor de hand liggend. Schrijvers moeten al heel veel doen: ontdekken wat ze willen schrijven, ideeën generen, een structuur aanbrengen, uit twee niet geschikte woorden het beste kiezen, enzovoort, enzovoort. En dan is er geen energie meer om te kijken of de tekst ‘een beetje overkomt bij de lezer’. Een schrijver is als een boomplanter: en maar kuilen graven, en maar planten, ja die ook nog, en die kan er ook nog bij. Bomen, bomen, bomen. Dan heb je iemand nodig die niet begint bij de bomen, maar bij het bos: Staan die bomen wel goed? Is er niet te veel troep blijven liggen? Kan een wandelaar wel van alles genieten? Een schrijver kan vaak door de bomen het bos niet meer zien. Een redacteur kijkt eerst naar het bos en dan naar de bomen. En dan komt het. Zeg bomenplanter, daar moet eigenlijk een paadje. — Nee, dan gaat mijn prachtige exotische wintereik kapot! En daar ligt ook nog bouwpuin. — Ach, is dat nou zo erg? Samenwerking is dan vaak ver weg. Vandaar dat de Brits-Amerikaanse cultuurcriticus Christopher Hitchens ooit zei: ‘Auteurs die met een zucht van verlichting hun redacteur bedanken in een voorwoord, doen denken aan gijzelaars die last hebben van het stockholmssyndroom’ (het verschijnsel dat een gegijzelde sympathie opvat voor de gijzelnemer).

Hoe brengt dit boek verandering in deze moeizame relatie tussen schrijver en redacteur? Dat is de toon van het boek, zo respectvol naar schrijver en redacteur, zonder soft te worden. Heel opmerkelijk is dat apart aandacht wordt besteed aan de omgang met de opdrachtgever of de auteur. Wat moet je doen wanneer een schrijver het niet eens is met je ‘verbeteringen’? Hoe breng je het ‘minimaxprincipe’ in praktijk? (Dat is: met minimale

ingrepen het maximale resultaat bereiken.) Natuurlijk heeft de toon geen effect als er geen inhoud is. Over de inhoud kan ik kort zijn: kopers van dit boek zullen niet gauw mistasten. Vooral ook omdat dit handboek aandacht besteedt aan verschillende tekstsoorten, aan correctie van webpagina's, aan de opbouw van een register, en uiteraard aan allerlei stijlkwesies. En tot nu toe heb ik geen handboek over dit onderwerp aangetroffen waarin een overzicht gegeven wordt van verschillende soorten auteurs, of een handboek met het advies om te werken in de stijl van de auteur.

Een nadeel van een voorwoord is dat het ook te lovend kan zijn. Daarom heb ik via internet geïnteresserd wat er zoal gezegd wordt in zinnen waarin ook de woordcombinatie 'een goede redacteur' voorkomt. Uiteraard heb ik me daarin beperkt tot 'tekstredacteur' (en niet bijvoorbeeld een beeldredacteur of een hoofdredacteur). Vervolgens heb ik geprobeerd om zo objectief mogelijk na te gaan of dit boek voldoet aan kwalificaties die op internet te vinden zijn. Hier tot slot een selectie van vijf uitspraken met commentaar.

- 'Een goede redacteur is goud waard.' Zeker, maar met dit boek kan een aankomend redacteur die nog geen goud kan bieden, ook een goede redacteur zijn.
- 'Een goede redacteur is een houvast en een stimulant.' Oké, andere handboeken bieden ook houvast, maar als ik dan kijk welk boek stimuleert, dan kom ik toch uit bij dit handboek.
- 'Een goede redacteur heeft ervaring met verschillende genres.' Ja, dat klopt. In dit boek is aandacht voor persberichten en korte verhalen, voor blogs en advertenties.
- 'Een goede redacteur is de beste lezer die u ooit zult hebben.' Hier ben ik bevooroordeeld, omdat deze opmerking inderdaad klopt voor het redactiewerk dat de auteurs van dit boek hebben verricht voor de *Schrijfwijzer*.
- 'Een goede redacteur is niet gemakkelijk te vinden.' Nee, dit is niet juist. Een goede redacteur is met dit boek heel gemakkelijk te vinden. Neem contact op met de auteurs. Ik hoop dat ze tijd hebben om u te woord te staan of om u door te verwijzen.

JAN RENKEMA

## Leeswijzer

### *Voor wie is dit handboek?*

Dit handboek is voor iedereen die zich bezighoudt met teksten die door anderen zijn geschreven: correctoren, redacteuren, vertalers en revisoren. En het richt zich ook op tekstschrijvers. Dat is niet alleen omdat een redacteur van beroep vaak tegelijk tekstschrijver is, maar ook omdat je als redacteur regelmatig tekst moet aanvullen of toevoegen, en je dan dus een schrijver bent. Verder heb je als schrijfcoach plezier van dit handboek: hoe begeleid je iemand met een goed idee, maar wankele pen naar een solide resultaat? En ook is dit handboek nuttig voor hen die niet of niet per se inhoudelijk bij het bewerken van tekst zijn betrokken, maar die het proces van idee tot publicatie organiseren, begeleiden of bewaken, zoals bureauredacteuren, projectleiders en uitgeefprofessionals. In die hoedanigheid zul je overigens verschillende functies vervullen. Als bureauredacteur, bijvoorbeeld, ben je soms redacteur, dan weer opdrachtgever voor een (externe) redacteur. Over die verschillende rollen vind je in dit handboek informatie, en om te weten wat je in bepaalde gevallen te doen staat, kies je tijdens het lezen het perspectief dat bij je rol past. Dit handboek is niet bedoeld voor redacteuren die op een ander gebied werkzaam zijn, zoals radio of televisie.

### *Zelfstandig professional of in loondienst?*

De meeste correctoren, redacteuren, vertalers, revisoren, tekstschrijvers en schrijfcoaches, maar ook steeds meer bureauredacteuren, projectleiders en uitgeefprofessionals, werken als zelfstandig professional (zp); vaak worden zij overigens aangeduid met wat zij *niet* hebben: *zelfstandige zonder personeel* (zzp), of met het ontbreken van een dienstverband: *freelancer*. Het ondernemerschap komt daarom ook aan bod in dit handboek, maar alleen voor zover dat tekstgerelateerd is; voor administratieve, boekhoudkundige en belastingtechnische onderwerpen kun je het best een beroep doen op je boekhouder. En we spreken je dan wel aan als zelfstandige, maar het vakinhoudelijke werk is natuurlijk voor iedereen gelijk, of je nu zelfstandig werkt of in loondienst. Voer je het werk in loondienst uit, dan doet het er niet toe of je dat vakmatig doet of dat je dat als extra taak hebt gekregen naast je gewone werk. Alleen als het verschil tussen zelfstandig werken en in loondienst van belang is, maken we onderscheid.

### *Naslagwerk en leerboek*

Je kunt dit handboek als naslagwerk raadplegen om te kijken hoe je iets kunt aanpakken of welke richtlijnen je in bepaalde situaties kunt volgen. Wil je bijvoorbeeld weten hoe je een literatuurverwijzing in de tekst op-

neemt, aan welke eisen een webtekst of column moet voldoen, hoe je redigeert zonder iets over te slaan of welke standaardcontroles slim zijn om uit te voeren, dan vind je hierin het antwoord. Gebruik de inhoudsopgave op pagina 5 of het register op pagina 279 om een antwoord te vinden op je vraag. Je kunt dit handboek vanzelfsprekend ook van a tot z lezen om je het ambacht van redacteur eigen te maken.

Een tekst legt doorgaans een vaste route af van het moment dat een redacteur of vertaler ermee in aanraking komt tot het moment dat de tekst als (e-)publicatie verschijnt of kant-en-klaar op een website staat. In tabel 1 vind je een overzicht, dat begint nadat je de opdracht hebt aangenomen (zie daarvoor het eerste hoofdstuk). Je doorloopt niet per se alle stappen; als je bijvoorbeeld een webtekst redigeert of een tekst vertaalt, sla je bepaalde stappen over. Schrijven, vormgeven en publiceren vallen buiten het terrein van de redacteur, maar ze maken wel deel uit van het complete traject van idee tot publicatie.

**Tabel 1** De route van een tekst via een redacteur

Fase	Werk	Zie blz.
	[Schrijven]	
1	Kopij beoordelen	37
2	Kopij voorbereiden en andere voorbereidende werkzaamheden	38
3	Redigeren of vertalen	
	▶ Tekst redigeren	51
	▶ Redactionele conventies en huisstijlregels	113
	▶ Tekstsoorten	129
	▶ Beeld in de tekst	143
	▶ Literatuurverwijzingen en literatuuropgave	159
	▶ Register	177
4	Redactie of vertaling voorleggen aan de auteur of opdrachtgever	46+220
5	Hun commentaar verwerken (eventueel herhalen totdat alle betrokkenen de tekst goedkeuren)	46+230
6	Eindredactie: kopij klaarmaken voor het vormgevingsproces	46
	[Vormgeven]	

Fase	Werk	Zie blz.
7	Proef of webtekst corrigeren	189
8	Revisieproef corrigeren (eventueel herhalen totdat de proef schoon is)	206
9	Bestand goedkeuren voor publicatie	207
	[Publiceren]	

Hoe ga je als redacteur tijdens dit complete traject om met opdrachtgevers en auteurs, hoe presenteer je je tekstadviezen overtuigend? Daarover gaat hoofdstuk 10 (pagina 211). Daarna komen in hoofdstuk 11 (pagina 233) de vaste onderdelen van een (e-)boek aan bod. Dat hoofdstuk is niet alleen interessant als je een boek redigeert, want het biedt een sjabloon voor diverse andere teksten; onderdelen ervan komen ook voor in bijvoorbeeld rapporten en verslagen. In hoofdstuk 12 (pagina 251) lees je alles wat je over auteursrecht moet weten. In de bijlage op pagina 269 vind je standaardcontroles voor kopij.

### Vakjargon

De termen die je moet kennen voor het hoofdstuk dat je leest, lichten we toe in een termenkader aan het begin van dat hoofdstuk. Dus wil je weten wat een term betekent? Blader dan terug naar het begin van het hoofdstuk, of zoek hem op in het register op pagina 279; daarin verwijst een vetgedrukt paginanummer naar de plaats waar je uitleg vindt. Dat laatste is ook handig als jargon in het termenkader van een ander hoofdstuk is verklaard, of als een term niet in het termenkader, maar in lopende tekst een toelichting krijgt. Dat komt voor als we een term toelichten voor een beter begrip van de betreffende context.

### TERMEN

Het takenpakket van een redacteur is nogal divers, daarom is het niet zo gek dat hij in verschillende organisaties een andere functie bekleedt onder dezelfde naam. Een redacteur van een woordenboek doet iets anders dan een redacteur van een tijdschrift, en die doet weer iets anders dan een redacteur van een uitgeverij of een zelfstandig redacteur. Wat al die redacteurs gemeen hebben, is dat zij zich allemaal in mindere of meerdere mate bezighouden met teksten die door anderen, maar ook wel door henzelf, zijn geschreven. Hier een overzicht van redactionele functies en werkzaamheden:

<b>Redacteur</b>	<p>Bewerker van een tekst die iemand anders heeft geschreven of die hij (gedeeltelijk) voor een ander schrijft: hij corrigeert, redigeert, herschrijft of schrijft (gedeelten van) die tekst. In sommige uitgeverijen wordt de redacteur nog weleens foutief aangeduid met <i>persklaarmaker</i>, omdat de functie van redacteur daarin meestal een andere is: die beoordeelt manuscripten en ondersteunt auteurs inhoudelijk bij het schrijven van een publicatie. Bij een tijdschrift verzamelt en beoordeelt de redacteur ook artikelen. Heel soms gaat de redacteur als <i>editor</i> door het leven. Een redacteur van een woordenboek (lexicograaf, het vak dat wij uitoefenden voordat we redacteur werden) bekleedt een heel andere functie: die definieert trefwoorden, en redigeert die ook; eenzelfde functie vervult een redacteur van encyclopedische informatie.</p>
<b>Eindredacteur</b>	<p>Redacteur die de laatste aanpassingen verricht en ervoor zorgt dat de tekst geschikt is om te worden vormgegeven, dus iemand die aan het eind van het redactietraject staat. Niet zelden zijn de redacteur en eindredacteur dezelfde persoon, en ook de werkzaamheden van bureauredacteur vallen soms samen met die van eindredacteur.</p>
<b>Bureauredacteur</b>	<p>Redacteur die in een uitgeverij met name het uitgeefproces van een publicatie organiseert, begeleidt en bewaakt, maar ook bijvoorbeeld kopij beoordeelt of eindredactionele taken uitvoert; ook wel: <i>coördinerend redacteur</i>. Deze functie valt soms samen met die van eindredacteur en van acquirerend en inkoopend redacteur.</p>
<b>Webredacteur</b>	<p>Redacteur van webteksten die ook een website beheert en content verzamelt en beoordeelt. <i>Content</i> is in dit verband alles wat je op websites tegenkomt: tekst, foto's, films, formulieren, blogs enzovoort. Vaak bewaakt en redigeert hij ook als <i>moderator</i> wat derden schrijven op de website die hij beheert.</p>
<b>Hoofdedacteur</b>	<p>Redacteur die de leiding heeft over de redactie als daar meer personen bij betrokken zijn. Dat kan bij een project zijn, maar meer in het bijzonder bij een krant, tijdschrift of woordenboek.</p>
<b>Beeldredacteur</b>	<p>Iemand die beeldmateriaal verzamelt bij een tekst en het gebruiksrecht van dat materiaal regelt, en die, bijvoorbeeld in bijschriften, daarover verantwoording aflegt. Gaat het alleen om foto's, dan is er ook wel sprake van <i>fotoredacteur</i>.</p>



<b>Acquirend redacteur</b>	Iemand die manuscripten verwerft en beoordeelt; ook wel: <i>fondsredacteur</i> . De functies van acquirend redacteur en bureauredacteur vallen soms samen.
<b>Inkopen redacteur</b>	Iemand in een uitgeverij die tekst en redacteur bij elkaar brengt: hij koopt de diensten in van externe redacteurs die redigeren en corrigeren. Vaak wordt deze functie vervuld door de bureauredacteur.

In dit handboek kom je nog meer tekstbewerkers tegen. Zo is er de **vertaler**, die een tekst van de ene taal (de brontaal) omzet in de andere (de doeltaal). Als **revisor** redigeert de vertaler of redacteur een vertaalde tekst. Gaat het specifiek om correctiewerk, dan heet de redacteur of revisor ook wel **corrector**. In de hoedanigheid van **schrijfcoach** neemt de redacteur een coachende taak op zich: hij redigeert dan niet alleen, maar helpt ook tijdens het schrijven bij de opbouw van de tekst en de verdeling van de informatie daarin.

Verder treden in dit handboek tekstschrijvers en auteurs op. Een **tekstschrijver** is iemand die in opdracht creatieve of zakelijke teksten schrijft. Dat doet een **auteur** (of: *schrijver*) ook, maar dan doorgaans niet in opdracht; meestal gaat het bij een auteur bovendien specifiek om een boek of artikel. In relatie tot een redacteur is *auteur* vaak de overkoepelende term voor de maker van de tekst die wordt bewerkt.

Dan zijn er nog de personen die zich niet inhoudelijk met teksten bezighouden, maar met wie je als redacteur wel te maken kunt krijgen, bijvoorbeeld de **vormgever**. Dat is iemand die de grafische vormgeving verzorgt van drukwerk, digitale publicaties en websites; hij bepaalt de indeling (lay-out), de typografie, het kleurgebruik en de weergave van illustraties, en zorgt ervoor dat de presentatie is toegespitst op het doel van de tekst. Ook behoort het tot de taak van de vormgever om publicaties in samenwerking met de redacteur (corrector) foutloos te maken. De vormgever van websites heet ook wel *webdesigner*, maar vaak behoort dan ook het bouwen van een website tot die functie. En in uitgeverijen wordt de vormgever nog weleens aangeduid met *zetter*, omdat hij de werkzaamheden die bij die functie hoorden heeft overgenomen. Bij een krant of tijdschrift, tot slot, heet de vormgever wel *opmaakredacteur*. Daarnaast kun je te maken krijgen met uitgevers. Een **uitgever** drukt publicaties, zoals boeken, kranten en tijdschriften, of verzorgt de digitale varianten daarvan, om die te verhandelen. Voor de Auteurswet is een uitgever iemand die een auteursrechtelijk beschermd werk op de markt brengt. In plaats van met de uitgever werk je als (externe) redacteur vaker samen met iemand die namens hem optreedt, zoals een bureauredacteur, projectleider (niet zelden is dat een andere naam voor *bureauredacteur*) of uitgeefprofessional — dat is meestal een externe medewerker die is aangetrokken om de taken van uitgever uit

te voeren. Verder kom je in de periferie van teksten nog illustratoren, tekenaars en fotografen tegen.

**W**

*Tips voor de tekstverwerker*

We gaan ervan uit dat je goed overweg kunt met een tekstverwerker en ten minste alle basisfuncties daarvan beheerst. Die lichten we daarom niet toe, maar we geven wel tips: slimigheidjes die het leven van de redacteur veraangemen. Omdat verreweg de meeste redacteurs en schrijvers met MS-Word werken, hebben we die tekstverwerker als standaard genomen. Maar als je een ander programma gebruikt, is dat geen enkel probleem, omdat tekstverwerkers niet zo heel veel van elkaar verschillen. Misschien moet je daarom hoogstens wat moeite doen om de Word-tips die we geven te vertalen naar het programma dat jij gebruikt. Die tips zijn toch al verpakt in korte aanwijzingen, we geven dus geen handleiding voor hoe je iets precies aanpakt; heb je die nodig, raadpleeg dan de gebruiksaanwijzing van je tekstverwerker.

# 1

## *De opdracht*

.....  
Wat houdt de opdracht precies in en hoeveel tijd  
kun je eraan besteden?  
.....

.....  
Hoe maak je een planning?  
.....

.....  
Hoe bepaal je wat je dienst waard is?  
.....



Een **opdracht** (ook wel: *klus*, *werk* of *project*) bestaat uit de afgesproken werkzaamheden die je op verzoek van een opdrachtgever binnen een vastgestelde termijn verricht tegen een overeengekomen vergoeding. De **opdrachtgever** (of: *klant*) is de persoon of (vertegenwoordiger van de) organisatie die de opdracht verstrekt en je diensten afneemt. Dat kan dus ook je baas zijn als je in loondienst werkt, of jijzelf als je werk uitbesteedt.

De opdracht bestaat uit de bewerking van een tekst die door iemand anders is geschreven of die je (gedeeltelijk) voor een ander schrijft: je corrigeert, redigeert, herschrijft of schrijft (gedeelten van) die tekst. **Corrigeren** houdt in dat je (spel)fouten, incorrecte interpunctie en andere onnauwkeurigheden verbetert. Bij **redigeren** maak je de tekst foutloos en goed leesbaar: naast corrigeren verbeter je zo nodig de zinsbouw, stijl en structuur, en signaleer je inhoudelijke gebreken. Daarnaast beoordeel je de woordkeuze, herschrijf je passages en schrijf je ontbrekende inleidingen, hoofdstuk- en paragraaftitels of bruggetjes, of geef je daar suggesties voor (een **bruggetje** is een zin of passage waarmee je zorgt voor een soepele overgang tussen zinnen, tekstgedeelten of onderwerpen). Met **herschrijven** schrijf je een bestaande tekst in een andere vorm, bijvoorbeeld om die beter te laten aansluiten bij de beoogde doelgroep. En met **schrijven**, tot slot, maak je op basis van een concepttekst, een idee of instructies (briefing) een oorspronkelijke tekst; tijdens de redactie zal schrijven meestal neerkomen op tekstgedeelten.

**Vertalen** houdt in dat je tekst in een bepaalde taal (de **brontaal**) overbrengt in een andere taal (de **doeltaal**); in dit handboek is de doeltaal altijd het Nederlands. Daarna reviseer je de tekst of doet iemand anders dat; **reviseren** houdt in dat je de vertaalde tekst helemaal nakijkt, dat wil zeggen: corrigeert of redigeert.

Je krijgt een opdracht aangeboden of opgedragen, of je besteedt een opdracht uit. Wat nu? Allereerst moet je weten wat de opdracht precies inhoudt. Daarnaast moet je bepalen hoeveel tijd hij kost, zodat je hem kunt inplannen. Ben je een zelfstandig professional, dan moet je vervolgens nog beslissen welke vergoeding je ervoor wilt ontvangen.

### 1.1 *Wat houdt de opdracht in?*

Om te beginnen moet je van tevoren precies weten wat de opdrachtgever van je verlangt. Dat lijkt voor de hand te liggen, maar toch gaat dat nu juist geregeld fout. Als je de tekst naar eigen inzicht kunt bewerken, is er niets aan de hand, maar vraagt de opdrachtgever om een specifieke redactie, dan bestaan er nogal eens verschillende verwachtingen over het niveau van ingrijpen. En zelfs als zulke verwachtingen worden uitgesproken, kunnen ze voor verschillende mensen iets verschillends betekenen; zo betekent ‘terughoudend corrigeren’ voor de een iets anders dan voor de ander. Ook als duidelijk is gemaakt dat het niet om de inhoud, maar uitsluitend om de vorm gaat, zal een redacteur daaronder al snel spelfouten, ongrammaticale zinnen, stijlfouten en inconsequenties begrijpen, terwijl een opdrachtgever dan misschien alleen denkt aan echte missers of gebruikersduperende fouten, maar misschien ook wel aan de structuur van de tekst.

Het enige wat je kunt doen om onduidelijkheid te voorkomen, is door zelf precies vast te stellen wat de opdracht inhoudt en dat voor te leggen aan de opdrachtgever. Bijna altijd zul je daarin ook een adviserende taak hebben. Vraagt de opdrachtgever om alleen te letten op spelfouten, ontbrekende of dubbele woorden en andere overduidelijke missers, maar leert een eerste blik al dat de zinnen slecht lopen, de tekst inconsequenties bevat of de lijn van het betoog zwalkt, dan moet je hem daar toch op wijzen. De opdrachtgever beslist uiteindelijk wat er moet gebeuren, want zo ligt de hiërarchische verhouding nu eenmaal, maar jij bezit de vakkennis. Probeer daarom van de verticale relatie een horizontale te maken, want daar heeft alles en iedereen baat bij: de tekst, de opdrachtgever, maar ook jij, omdat je een tevreden opdrachtgever krijgt. Is de opdrachtgever niet gediend van je advies? Dan voer je zo goed als mogelijk uit wat hij van je vraagt.

Leg hoe dan ook altijd vast wat je hebt afgesproken. Doe dat op zo'n manier, dat het precies overeenkomt met wat je doet, zodat je ernaar kunt verwijzen als je verantwoording moet afleggen. Moet je een tekst verbeteren? Leg dan vast welk niveau van ingrijpen van jou wordt verlangd: gaat het bijvoorbeeld om correctie, redactie of herschrijven? En hoever moet je daarin dan gaan? Gaat het om een tekst beoordelen? Leg dan vast hoe je de beoordeling maakt en hoe je die weergeeft, bijvoorbeeld in de tekst zelf of in een apart rapport (met welke omvang?). Als je in loondienst werkt, zal dit allemaal wel loslopen, maar als zelfstandig professional leg je bij voorkeur in een offerte vast wat wel en niet tot de opdracht behoort. Vaak zul je echter voor dezelfde opdrachtgevers werken, met wie je meestal een tarief hebt afgesproken en voor wie je niet steeds alle afspraken opnieuw vastlegt, omdat die wel bekend zijn en je een goede band met hen hebt. Maar of je nu een offerte maakt of niet, of je nu als zelfstandige werkt of in loondienst, en of je nu werk

## 1.1 *Wat houdt de opdracht in?*

---

aanneemt of uitbesteedt, je komt er niet onderuit om te bepalen hoeveel tijd een opdracht in beslag neemt.

### ► EEN PROEFOPDRACHT MAKEN

Bij een eerste contact weten opdrachtgevers niet wat ze aan je hebben. Een goede aanbeveling wil dan wel helpen, maar soms willen zij van tevoren meer zekerheid. Opdrachtgevers vragen je daarom weleens een proefopdracht te maken, vaak als onderdeel van een offertetraject, zodat ze kunnen beoordelen of het resultaat in de smaak valt en ze tegelijk een indruk krijgen van jouw manier van werken. Een proefopdracht is daarmee een uitgelezen kans om jezelf te presenteren en wellicht is het de start van een mooie nieuwe samenwerking. Sommige opdrachtgevers verwachten dat je een proefopdracht onbetaald maakt, maar daar is geen enkele reden voor, want het is gewoon werk. Maar het is natuurlijk afhankelijk van je eigen situatie of je bereid bent zo'n opdracht op eigen kosten te doen. Zit je bijvoorbeeld om werk verlegen of gaat het om een grote klus, dan kun je een proefopdracht beschouwen als een acceptabele investering.

Bij een groot project is een alternatief voor een proefopdracht dat je er eerst een klein onderdeel van krijgt toebedeeld, waarna afhankelijk van de uitvoering daarvan al dan niet een vervolgoopdracht volgt.

## 1.2 *Bepalen hoeveel tijd een opdracht kost*

Je moet altijd beoordelen hoeveel tijd een opdracht kost, ook als je werkt voor een opdrachtgever die werk aanbiedt tegen een vast tarief of een maximumaantal uren waarbinnen de klus geklaard moet zijn. En ook als je de opdracht uitbesteedt is dit van belang, omdat je een planning moet maken en het budget in de gaten moet houden. Hoe bepaal je hoeveel tijd een bewerking kost? Daarvoor heb je uiteraard de tekst nodig waar het om gaat, of ten minste een representatief deel daarvan. Zijn er redactie- of auteursinstructies of huisstijlregels? Vraag daar dan ook om, zodat je alle relevante informatie hebt voor een zorgvuldige beoordeling. Schrijf je (een deel van) de tekst zelf, dan moet je weten op basis van welke informatie je dat doet en hoe je die verkrijgt.

# 1 *De opdracht*

---

## 1.2.1 *Hoe stel je omvang en kwaliteit van de tekst vast?*

Om te beoordelen hoeveel tijd de redactie van een bestaande tekst kost, kijk je allereerst naar het aantal woorden waaruit de tekst bestaat. Dat lijkt een open deur, maar opdrachtgevers gaan, zeker als het voor hen geen alledaags werk is om teksten uit te besteden, vaak uit van een aantal A4 of aantal pagina's van een website. Doe dat zelf nooit, maar kijk altijd uitsluitend naar het aantal woorden, zodat je zaken als interlinie, lettertype en lettergrootte kunt negeren.

Maar met alleen de omvang ben je er nog niet: de tekstkwaliteit is nog belangrijker om de benodigde bewerkingstijd vast te stellen. Lees daarvoor wat willekeurige fragmenten. Ziet de tekst er verzorgd uit? Is de spelling goed? Is de tekst begrijpelijk en prettig leesbaar? Zijn er in- en uitleidingen en is de verhaallijn makkelijk te volgen? Oogt de hiërarchie degelijk met heldere, sprekende hoofdstuk- en paragraaf-titels? Als je niet snel een antwoord op dergelijke vragen vindt, moet je wat meer lezen om je daar een beeld van te vormen. Maar meestal is het ziektebeeld wel duidelijk en zie je al snel wat er met de tekst moet gebeuren.

De kwaliteit van de tekst is ook gerelateerd aan het doel en de doelgroep: is de bedoeling van de tekst duidelijk voor, en past hij bij de beoogde lezers? Soms zul je de tekst (gedeeltelijk) moeten herschrijven om die aansluiting te maken. Je moet dus het doel en de doelgroep van de tekst kennen; niet alleen om de hoeveelheid werk te beoordelen, maar ook om de redactie goed te kunnen doen. Heeft de opdrachtgever je hierover nog niet geïnformeerd, dan moet je dit altijd navragen.

## 1.2.2 *Hoe stel je de bewerkingstijd vast?*

Als je de omvang en kwaliteit van de tekst hebt vastgesteld, moet je daar een urenbesteding aan koppelen. Een werkbare methode daarvoor is om een staffel te maken, bijvoorbeeld eentje waarin je uitgaat van de tekstkwaliteit (in de tweede kolom zet je het aantal woorden dat je per uur denkt te kunnen bewerken):

1 <i>Tekstkwaliteit</i>	2 <i>Aantal woorden per uur</i>	3 <i>Tekstomvang</i>	4 <i>Benodigd aantal uur (kolom 3 : kolom 2)</i>
goed	2400	35.000	15
redelijk	1800	35.000	20
matig	1200	35.000	30
slecht	600	35.000	60



## 1.2 Bepalen hoeveel tijd een opdracht kost

---

Dit is natuurlijk slechts een voorbeeld. Er zijn wel meer kwaliteitsniveaus te bedenken en ook moet je rekening houden met factoren als dat een kleinere tekst relatief meer tijd kost dan een grotere. Ook verschilt het aantal woorden dat iemand per kwaliteitsniveau in een uur kan doen (dus wat je in de tweede kolom invult). Of is een tekst niet altijd in zijn geheel van hetzelfde niveau, en moet je daarom uitgaan van een gemiddelde kwaliteit.

De tekstkwaliteit is overigens niet altijd leidend voor de bewerking, dat kan bijvoorbeeld ook het niveau van ingrijpen zijn: moet je er veel aan doen (herschrijven) of volstaat een lichte ingreep (correctie)? Dat komt bijna op hetzelfde neer als de staffel hiervoor, maar met dit uitgangspunt kun je beter uit de voeten als de opdrachtgever een bepaald aantal uur of een aanneemsom beschikbaar heeft voor een klus. Je beoordeelt dan namelijk sneller wat je kunt doen binnen die beschikbare tijd of voor het aangeboden bedrag; misschien is dat wel minder dan de opdrachtgever voor ogen had. Dat kan bijvoorbeeld zo (in de vierde kolom zet je het aantal woorden dat je per uur denkt te kunnen bewerken):

1 <i>Aantal uur gekregen</i>	2 <i>(Beoogde) tekstomvang</i>	3 <i>Ingreep</i>	4 <i>Aantal woorden per uur</i>	5 <i>Benodigd aantal uur (kolom 2 : kolom 4)</i>	6 <i>Plus/min (kolom 1 – kolom 5)</i>
16	20.000	schrijven	300	66	-50
16	20.000	herschrijven	600	33	-17
16	20.000	redactie	1200	16	0
16	20.000	correctie	2400	8	8

In de 16 uur die de opdrachtgever in dit voorbeeld voor de klus overheeft, kun je de tekst dus redigeren of corrigeren; bij een aanneemsom kun je een soortgelijke staffel maken waarin je je uurtarief verwerkt. Let wel: ook deze staffel is slechts een illustratie. Zo kun je nog meer variatie aanbrenge in de derde kolom, en is wat je in de vierde kolom invult, afhankelijk van de tekstkwaliteit en van hoe snel jij werkt.

Naast de tijd die je aan de bewerking besteedt, zijn er mogelijk nog meer verrichtingen waarvoor je tijd moet reserveren. Zijn er bijvoorbeeld redactie- of auteursinstructies of huisstijlregels? En zo ja: hoeveel extra tijd kost het om die te lezen en er rekening mee te houden in de tekstbewerking? Ontvang je de tekst in delen en moet je daar zelf één geheel van maken? Of heeft de tekst te veel opmaak die je er eerst uit moet halen? Misschien moet je regelmatig overleggen met de auteur? Of verzorg je ook het register? Er is, kortom, vaak nog een hoop te doen buiten de eigenlijke redactie om, en dat moet je ook incalculeren.

# 1

## De opdracht

---

Ondanks de kanttekeningen zijn zulke staffels handige hulpmiddelen, al is het maar om wat meer eenheid te krijgen in wat je voor een bewerking rekent. Bovendien moet je hoe dan ook iets hebben om te bepalen hoeveel uur een opdracht kost, en een staffel is dan een bruikbaar instrument om een beredeneerde schatting te maken, als je tegelijk ook maar rekening houdt met werk dat er nog meer bij komt kijken.

Overigens geldt zo'n schatting slechts voor één bewerkingsronde. Voor bijvoorbeeld het verwerken van de reactie van de auteur op jouw ingrepen moet je daarom apart tijd reserveren. En lees je daarna de opgemaakte proef of gepubliceerde webpagina? Dan moet je dat als een nieuwe bewerkingsronde zien, waarvoor je opnieuw bepaalt hoeveel uur die in beslag neemt.

*Wil je met staffels werken, dan kun je die het best in een programma als Excel maken, zodat je ze door wat variabelen te veranderen gemakkelijk kunt afstemmen op de tekst die je beoordeelt en op je eigen werkwijze en tempo.*

### 1.2.3 Vertaling, kopijbeoordeling en schrijfcoaching

Voor vertalingen kun je ook een staffel gebruiken om te schatten hoeveel tijd je moet reserveren voor het werk; daarvoor kun je uitgaan van het aantal woorden dat je in een uur vertaalt. Houd daarnaast rekening met tijd om de tekst te reviseren en eventueel ook met tijd voor onderzoek, bijvoorbeeld als je achtergrondinformatie nodig hebt bij een specialistisch onderwerp.

Voor kopijbeoordeling en schrijfcoaching hangt het ook alweer af van de omvang van de tekst hoeveel tijd je eraan moet besteden. Je kunt de tekst in je eigen tempo lezen, en hebt dan een aantal uur nodig om je commentaar te schrijven of voor te bereiden. Hoeveel uur dat is, is afhankelijk van jouw ervaring met dit werk.

Bij schrijfcoaching moet je daarnaast tijd reserveren voor overleg met de auteur. Hoeveel dat is, hangt af van de intensiteit van de begeleiding. Daarvan moet je je van tevoren een goed beeld zien te vormen. Je maakt daarvoor een schatting op basis van de tekstkwaliteit en het tekstbegrip van de auteur, en de manier waarop de auteur communiceert: kost het hem moeite om zijn gedachten te verzamelen of kan hij duidelijk overbrengen wat hij bedoelt? Verder moet je rekening houden met hoeveel kennis je hebt van het onderwerp en zaken als de (reis)tijd die het kost om de auteur te ontmoeten of om met hem te bellen of skypen.

---

## 1.3 Een planning maken

Heb je eenmaal een zo goed mogelijk zicht op de bewerkingstijd, dan is dat alleen een schatting van het aantal (declarabele) uren, maar nog niet van de doorlooptijd. Soms kun je of wil je slechts een beperkt aantal uur per dag aan een bepaalde opdracht werken, of moet je wat tijd inbouwen om er afstand van te nemen voordat je hem afrondt. Zo is het slim om schrijfwerk een poosje te laten liggen om het dan nog eens over te lezen, omdat een tekst moet rijpen. Houd verder rekening met wat er zoal op een doordeweekse dag tussendoor komt — een mailtje, een telefoontje, een offerte maken, een reactie plaatsen in de sociale media enzovoort. En je moet ook eten en zo nu en dan ontspannen om scherp te blijven of RSI te vermijden. Verdeel de bewerkingstijd daarom over een grotere periode: de *doorlooptijd*, dus de tijd die je uiteindelijk voor een opdracht nodig hebt. Met die doorlooptijd moet je rekening houden als je de opdracht inplant. Dat kun je doen in een *planning*, dat is een schema waarin je chronologisch alle werkzaamheden opneemt die je moet uitvoeren om de opdracht voor een bepaald tijdstip (de *deadline*) af te ronden.

### 1.3.1 Wanneer maak je een planning?

In verreweg de meeste gevallen heb je een termijn afgesproken waarbinnen een opdracht moet zijn afgerond. Gaat het om een enkele opdracht, dan is het toereikend om de uiterste datum in je agenda te zetten of de dagen te markeren waarop je niet voor iets anders beschikbaar bent, maar heb je meer opdrachten, dan bestaat de kans dat je het overzicht verliest. Een planning kan dan handig zijn. In een groter project, waarin verschillende taken zijn te onderscheiden of waarbij meer mensen betrokken zijn, heb je meer nodig om het overzicht te bewaren en de voortgang te bewaken, zoals in de dagelijkse praktijk van een bureauredacteur meestal het geval is. Dan is een planning onontbeerlijk om alle (deel)taken op elkaar af te stemmen en ervoor te zorgen dat de juiste mensen op het juiste moment beschikbaar zijn. Als je meer van zulke projecten hebt of moet begeleiden, dan is een planning voor elk project nodig. Je moet er dan bovendien op toezien dat die verschillende plannings zo op elkaar zijn afgestemd, dat je ze naast elkaar kunt uitvoeren.

### 1.3.2 Wat zet je in de planning?

Een planning bestaat minimaal uit drie componenten: werk, iemand die het werk doet en de periode waarin het werk wordt uitgevoerd. Als je daarnaast het budget in de gaten moet houden, komt daar nog een financiële component bij. Met die vier onderdelen moet je net zolang

# 1

## *De opdracht*

---

puzzelen totdat je met alles en iedereen het werk kunt uitvoeren binnen de daarvoor gestelde termijn en het beschikbare budget. Dat neem je zo ruim of gedetailleerd als nodig is op in een planning. Zo'n planning maak je in vijf stappen:

- 1 Maak een lijst met alles wat er gedaan moet worden. Is een taak groot? Verdeel die dan in kleinere werkzaamheden. Zet de (deel-)taken vervolgens in een inhoudelijk goede volgorde onder elkaar, of naast elkaar als ze tegelijk uitgevoerd kunnen of moeten worden. Zet alles in een schema, bijvoorbeeld in een programma als Excel.
- 2 Koppel een tijdsbesteding aan een (deel)taak: beoordeel hoeveel doorlooptijd ervoor nodig is; de vorige paragraaf helpt je daarbij als het om tekstbewerking gaat.
- 3 Bepaal de begin- en einddatum van die (deel)taak.
- 4 Herhaal stap 2 en 3 totdat alle (deel)taken van een begin- en einddatum zijn voorzien; de einddatum van de ene taak is steeds de begindatum van de volgende. (Het is vaak handig om te beginnen bij de deadline als uiterste datum en dan terug te rekenen.)
- 5 Vind geschikte beschikbare personen om de (deel)taken uit te voeren; pas de datums in de planning zo nodig aan aan hun beschikbaarheid.

Vergeet niet om rekening te houden met weekenden, feestdagen en vakantiedagen. Bepaal verder zo nodig op welk uur van de dag de deadlines zijn: is dat in de morgen, in de middag of aan het einde van de dag? Ben je een (externe) redacteur, dan zal het er vaak op neerkomen dat een bureauredacteur of projectleider in de vijfde stap van zijn planning een beroep op jou doet voor een of meer taken. Voor je eigen planning blijven er dan nog twee componenten over: werk en tijd; daarvoor voer je stap 1 tot en met 4 uit.

### 1.3.3 *Presentatie van een planning*

Een planning is in essentie altijd identiek: het is een overzicht met datums, taken en functies. Dat overzicht kun je wel op verschillende manieren presenteren. Wat de handigste manier is, hangt af van wat je erin opneemt en van wat je zelf het overzichtelijkst vindt. Een veelgebruikte methode is een tabel in twee kolommen, met in de eerste kolom de datums en in de tweede de taken. In de rijen staan dan de stappen die elkaar in tijd opvolgen. In een optionele derde en vierde kolom neem je respectievelijk werkzaamheden op die rond het hoofdproces moeten worden verricht en de kosten. Voor een (e-)boekproductie kan een standaardplanning voor een redactie- en vormgevingstraject er dan bijvoorbeeld zo uitzien:

### 1.3 Een planning maken

<i>Datum</i>	<i>Vooraf</i>		
<i>Uiterlijk in februari</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Planning maken voor redactie- en vormgevingstraject en die voorleggen aan betrokkenen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>— Tijd bij een redacteur reserveren</li> <li>— Tijd bij een vormgever reserveren</li> <li>— Tijd bij een drukker/binder reserveren</li> </ul> </li> </ul>		
<i>Datum</i>	<i>Taak</i>	<i>Parallele taak</i>	<i>Kosten</i>
<i>1 maart</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ontvangst definitieve kopij en het beeld van de auteur</li> <li>▶ Controle van de kopij en het beeld</li> </ul>		
<i>2 maart</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Kopij naar de redacteur voor redactie</li> </ul>	Ontwerp laten maken door de vormgever	
<i>16 maart</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ontvangst geredigeerde kopij van de redacteur</li> <li>▶ Geredigeerde kopij naar de auteur om redactioneel commentaar te verwerken</li> </ul>		
<i>23 maart</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ontvangst bewerkte kopij van de auteur</li> <li>▶ Bewerkte kopij naar de redacteur voor eindredactie</li> </ul>		
<i>26 maart</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ontvangst opmaakklare kopij van de redacteur</li> <li>▶ Opmaakklare kopij en beeld naar de vormgever</li> </ul>		
<i>9 april</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ontvangst eerste proef van de vormgever</li> <li>▶ Eerste proef naar de corrector en de auteur voor correctie</li> </ul>		
<i>16 april</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ontvangst eerste proeven met correcties van de corrector en de auteur</li> <li>▶ Correcties van corrector en auteur laten samennemen door de (bureau)redacteur</li> </ul>		
<i>20 april</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gecorrigeerde eerste proef naar de vormgever om de correcties te verwerken</li> </ul>	Omslag met rug en achterplaattekst laten afronden door de vormgever	

# 1 De opdracht

<i>Datum</i>	<i>Taak</i>	<i>Parallele taak</i>	<i>Kosten</i>
<i>28 april</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Ontvangst revisieproef van de vormgever</li><li>▶ Door de (bureau)redacteur laten controleren of de correcties op de eerste proef goed zijn overgenomen</li></ul>		
<i>30 april</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Revisieproef naar de vormgever om de correcties te verwerken [proces herhalen totdat de proef schoon is]</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Voor de vormgever de rugdikte opvragen bij de drukker/binder</li><li>▶ Definitief omslag laten maken door de vormgever</li></ul>	
<i>6 mei</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Binnenwerk en omslag voor akkoord</li><li>▶ Definitief drukklaar bestand naar de drukker/binder om te laten drukken en binden</li></ul>		
<i>27 mei</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Leverdatum; distributie naar de boekhandel</li></ul>		
<i>Totale kosten €</i>			

Tijdens dit hele proces moeten er overigens nog wel andere handelingen worden verricht, bijvoorbeeld de rechten regelen voor beeldmateriaal of tekst als dat niet onder het citaatrecht valt (zie hoofdstuk 12 over auteursrecht). En voordat het redactie- en vormgevingsproces kan beginnen, zijn er ook al werkzaamheden die op dat moment moeten zijn afgerond, zoals:

- ▶ kopij beoordelen;
- ▶ titel (en ondertitel) bedenken;
- ▶ ISBN of ISSN aanvragen;
- ▶ leverdatum bepalen en de deadline voor het schrijfproces vaststellen (in dit voorbeeld respectievelijk 27 mei en 1 maart);
- ▶ afspraken met de auteur vastleggen in een auteurscontract;
- ▶ aanbiedingstekst laten schrijven door de (bureau)redacteur;
- ▶ omslag laten ontwerpen door een vormgever (ook voor in de aanbidding).

Wat je als (externe) redacteur uit zo'n planning opneemt in je eigen planning, hangt natuurlijk af van welke (deel)taken jij uitvoert. In een planning van een heel traject zie je dan duidelijk wanneer je hoeveel tijd moet inruimen voor welke taak, en wat de deadlines zijn voor die werkzaamheden.

### 1.3 *Een planning maken*

---

Je kunt de standaardplanning heel eenvoudig aanpassen voor een ander doel, bijvoorbeeld een nieuwe website. Maar ook voor periodieke uitgaven, zoals een tijdschrift, of voor een website die met een zekere regelmaat wordt geüpdatet, is het sjabloon werkbaar, omdat je het cyclische element daarvan er eenvoudig in kunt verwerken; een cyclische planning is in wezen immers niet veel anders dan lineaire planningen die elkaar opvolgen.

### 1.4 *Bepalen wat je voor een opdracht rekent*

Als je weet hoeveel uur je voor de opdracht nodig hebt en dat het werk past in je planning, dan moet je, als je niet in loondienst werkt, nog bepalen welke vergoeding je ervoor wilt ontvangen. Pas dan heb je de drie ingrediënten verzameld die nodig zijn om tot een vergelijk te komen met de opdrachtgever.

Voor redactionele werkzaamheden is het gebruikelijk om op uurbasis te werken, ook al wil het weleens voorkomen dat een uitgeverij een (meestal veel te laag) bedrag vergoedt per vast aantal woorden. Dat lijkt voor de opdrachtgever aantrekkelijk, maar voor de redacteur geldt dan dat hij alleen op een goed uurtarief uitkomt als hij snel werkt. En dat gaat ten koste van de kwaliteit. Je dienst als product verkopen kan ook: je laat de opdrachtgever dan betalen voor de waarde van je dienst, niet voor het aantal uur dat je aan een opdracht werkt. In alle gevallen bepaal jij uiteindelijk hoeveel je in rekening brengt, maar hoe doe je dat?

#### 1.4.1 *Wat neem je als basis voor je tarief?*

Als je in loondienst werkt, krijg je salaris, vakantiegeld en bouw je pensioen op. Je hebt per jaar zo'n vijf weken vrij en als je ziek bent, krijg je gewoon doorbetaald. Ook als je op je werk de krant leest, twittert, koffiedrinkt, gezellig met collega's keuvelt, urenlang vergadert of jezelf om het uur een kwartier terugtrekt in een rookhol, krijg je die tijd gewoon doorbetaald. Je zit op een mooie werkplek, voorzien van alle mogelijke faciliteiten, en alsof dat allemaal niet al luxe genoeg is, heb je ook nog emolumenten als reiskostenvergoeding, kinderopvang, ouderschapsverlof en een kantine waarin je goedkoop luncht. Als zelfstandig professional ken je die weelde niet. Wil je doorbetaald worden bij ziekte of een pensioen opbouwen, dan moet je diep in de buidel tasten, en als je koffiedrinkt, twittert of op vakantie gaat, verdien je niets — je kunt toch al niet elk uur declareren dat je in je onderneming stopt. En dan moet je ook nog eens geld reserveren voor vaste lasten, investeringen, bijvoorbeeld een nieuwe computer of telefoon, en voor perioden waarin je geen betaald werk hebt. Maar je hebt er nu eenmaal voor gekozen om niet in loondienst te werken, dus als je niet alleen je

# 1

## De opdracht

---

relatieve vrijheid wilt, maar ook allerlei luxe emolumenten, dan zul je er iets voor moeten doen. Je kunt dan alle extra's verdisconteren in je tarief, maar vaker zal het erom gaan of je je kunt permitteren om dat te doen. Tekst is nogal eens een sluitstuk op de begroting, waardoor er vaak nauwelijks bereidheid is daarin te investeren.

### 1.4.2 Hoe stel je je tarief vast?

Bij het vaststellen van je uurtarief moet je met twee dingen rekening houden, die vaak op gespannen voet staan met elkaar: je moet genoeg verdienen om van te leven en je moet je dienst kunnen verkopen. Wat het eerste punt betreft kun je streven naar een jaaromzet die hoog genoeg is om je benodigde inkomen te verdienen en winst te maken. Omdat je die omzet met declarabele uren bij elkaar moet sprokkelen, is je tarief op zich eenvoudig te berekenen:  $\text{uurtarief} = \frac{\text{gewenste omzet}}{n \text{ uur}}$ , waarin  $n$  staat voor het aantal uur dat je wilt of kunt werken (ben je vertaler, dan moet je eerst je woordtarief doorrekenen naar een uurtarief om zo'n berekening te maken). Maar zo gemakkelijk kom je er meestal niet van af.

Stel dat je uitgaat van een veertigjarige werkweek, 25 vakantiedagen en 4 feestdagen, dan heb je in een jaar 1848 uur om in je onderneming te steken. Die 1848 uren kun je bij lange na niet allemaal declareren, want je moet ook de administratie bijhouden, je website en sociale media onderhouden, acquireren, offertes maken, klanten bezoeken enzovoort — dat is dus nog afgezien van perioden waarin je geen opdrachten hebt, of dat je een paar dagen ziek bent of om andere redenen niet werkt. Met een gedifferentieerd tarief maak je de rekensom nog complexer, dus als je bijvoorbeeld voor schrijven meer rekest dan voor correctie.

■ *Googel bijvoorbeeld 'uurtariefzfp' of 'uurtariefcalculator', dan vind je handige sites die je helpen om je tarief te bepalen en die laten zien welke kosten je allemaal in dat uurtarief moet verwerken.*

Dan het tweede punt waarmee je rekening moet houden als je je tarief vaststelt: je moet je dienst kunnen verkopen. Als je dan een bedrag hebt berekend waarmee je de gewenste omzet draait, stuit je uiteindelijk op een machtige grootheid: de markt. Je tarief kan nog zo passend, redelijk en eerlijk zijn, als er niemand is die dat wil betalen, of als je daarmee twee keer zo duur bent als de concurrentie, heb je er helemaal niets aan. Andersom kan trouwens ook: dat je te weinig vraagt, waardoor de opdrachtgever je niet serieus neemt, en daarom liever met iemand in zee gaat die meer vraagt voor hetzelfde werk. Jouw eigen positie in de markt speelt uiteraard ook een rol: ben je gewild, dan kun je meer vragen dan wanneer je minder goed ligt, bijvoorbeeld als je dit ambacht nog niet zo lang beoefent. En dat geldt natuurlijk eveneens voor de opdracht of



#### 1.4 *Bepalen wat je voor een opdracht rekent*

---

opdrachtgever: als je die graag in je portfolio wilt hebben, ben je misschien eerder bereid om iets aan je prijs te doen.

Het zal er in de praktijk vaak op neerkomen dat je per opdracht(gever) bekijkt wat je vraagt voor je werk, en dan maar hoopt dat je op die manier een redelijk jaarinkomen verdient. Maar bedenk altijd dat je wel een professional bent met zeer specifieke kennis, net als een consultant, advocaat of IT'er, en daarom (marktconform) kunt rekenen wat je waard bent: vraag niet te veel, maar zeker niet te weinig. En met zo'n uurtarief-berekening weet je in ieder geval wat je zo ongeveer zou moeten vragen.