



Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

SELECTIELEIDRAAD

Europese aanbesteding met concurrentie gerichte dialoog

Mediadiensten

Aanbestedingsnummer: Ea0076

TenderNed-kenmerk: 238297

Referentie: 4085171

Van het ministerie van Algemene Zaken

Dienst Publiek en Communicatie

CPV-code: 79340000-9, 79341000-6, 79341100-7, 79341400-0

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING	5
1.1	Aanbestedende dienst	5
1.2	Opbouw van de selectieleidraad	6
1.3	Persoonsgegevens van Gegadigden	6
1.4	Klachtenprocedure	6
2	OMSCHRIJVING VAN DE OPDRACHT	8
2.1	Omschrijving van de Opdracht	8
2.1.1	Werkzaamheden	8
2.1.1.1	Mediaconsultancy	9
2.1.1.2	Media-uitvoering	9
2.1.2	Soorten communicatie	11
2.1.3	Vergoeding	11
2.1.4	Eisen aan de Opdracht	12
2.2	Omvang van de Opdracht	13
2.3	Werkzaamheden buiten de opdracht	16
2.4	Contractvorm, contractuele voorwaarden en looptijd	17
2.5	Clustering en (niet-opdelen in) percelen	18
2.6	Informatiebeveiliging	19
3	AANBESTEDINGSPROCEDURE	20
3.1	Korte beschrijving van de aanbestedingsprocedure inclusief planning	20
3.2	Digitaal aanbesteden via TenderNed	22
3.3	Inlichtingenbijeenkomst	23
3.4	Gelegenheid tot het stellen van vragen	24
3.5	Sluitingsdatum	24
3.6	Indienen van een verzoek tot deelneming	24
3.7	Verzoek tot deelneming – zelfstandig of in combinatie	25
3.8	Beroep op derde	26
3.9	Inzet van onderaannemers	26
3.10	Eén verzoek tot deelname per onderneming/concern	26
3.11	Ondertekening	27
3.12	Nederlandse taal	27
3.13	Voorbehouden van de Aanbestedende dienst	27
3.14	Kostenvergoeding	27
3.15	Intellectueel eigendom	28
3.16	Staking van bedrijfsactiviteiten of overname	28
3.17	Onjuistheden in de selectieleidraad	28
3.18	Nederlands recht en geschillen	28
4	BEOORDELING FORMELE EISEN	29
5	UITSLUITINGSGRONDEN EN GESCHIKTHEID	30
5.1	Uitsluitingsgronden	30
5.2	Geschiktheidseisen	30
5.2.1	Technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid	30
5.2.1.1	Kerncompetentie K1: Data-analyse ten behoeve van mediastrategie	31
5.2.1.2	Kerncompetentie K2: Online media inkopen en optimaliseren	31
5.2.1.3	Kerncompetentie K3: Het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media	31
5.2.1.4	Kerncompetentie K4: Ontwikkelen en uitwerken van een crossmediale campagne	32
5.2.1.5	Kerncompetentie K5: Inzet SEA en SEO	32
5.2.2	Beroepsbevoegdheid	32

6	SELECTIECRITERIA	33
6.1	Uitwerking selectiecriteria	33
6.2	Beoordeling selectiecriteria	34
7	VERIFICATIE EN SELECTIEBESLISSING	35
7.1	Verificatie	35
7.2	Mededeling selectiebeslissing	35
BIJLAGE 1	UNIFORM EUROPEES AANBESTEDINGSDOCUMENT	36
BIJLAGE 2	TERBESCHIKKINGSVERKLARING DERDE	37
BIJLAGE 3A	REFERENTIEFORMULIER	38
BIJLAGE 3B	REFERENTIEFORMULIER	41
BIJLAGE 3C	REFERENTIEFORMULIER	43
BIJLAGE 3D	REFERENTIEFORMULIER	45
BIJLAGE 3E	REFERENTIEFORMULIER	47
BIJLAGE 4	DEELNEMENDE ORGANISATIES	49
BIJLAGE 5	RTV-PROGRAMMAZENDTIJD RIJKSOVERHEID	53

BEGRIPSBEPALINGEN

In deze aanbesteding wordt een aantal begrippen met een hoofdletter geschreven. Deze begrippen kennen uitsluitend de betekenis zoals hieronder gedefinieerd:

Aanbestedende dienst

De Staat der Nederlanden, vertegenwoordigd door het ministerie van Algemene Zaken, Dienst Publiek en Communicatie (DPC).

Aanbestedingswet

De aanbestedingswet 2012, Wet van 1 juli 2016 tot wijziging van de aanbestedingswet 2012 ter implementatie van de Europese aanbestedingsrichtlijn 2014/23/EU, 2014/24/EU en 2014/25/EU.

Gegadigde

De persoon, onderneming of organisatie die op basis van de selectieleidraad een verzoek tot deelneming heeft ingediend. De Gegadigde heeft de selectieleidraad gedownload van www.tenderned.nl.

Nadere opdracht

Een concrete opdracht die wordt verstrekt door een Nadere opdrachtgever onder de raamovereenkomst.

Nadere opdrachtgever

Alle aan deze aanbesteding deelnemende organisaties. Dit zijn vrijwel alle Rijksoverheidsonderdelen, een aantal medeoverheden en aan de overheid gelieerde organisaties.

Opdracht

De opdracht c.q. raamovereenkomst zoals beschreven in de selectieleidraad en het beschrijvend document.

Opdrachtgever

DPC is de opdrachtgever die de raamovereenkomst aangaat met Opdrachtnemer. DPC is tevens contractmanager.

Opdrachtnemer

De inschrijver met wie de Opdrachtgever, in het kader van deze aanbesteding, een raamovereenkomst sluit.

AFKORTINGEN

- DPC: Dienst Publiek en Communicatie
- UEA: Uniform Europees Aanbestedingsdocument

1 INLEIDING

Het doel van deze Europese aanbesteding met concurrentie gerichte dialoog is het sluiten van een raamovereenkomst tussen de Aanbestedende dienst en één Opdrachtnemer voor de mediadienstverlening voor de Rijksoverheid. De aankondiging van opdracht is op maandag 30 september 2019 gepubliceerd op TenderNed.

De Aanbestedende dienst vertegenwoordigt voor deze aanbesteding de Rijksoverheid en een aantal andere overheidsonderdelen zoals beschreven in bijlage 4 Deelnemende organisaties.

De Aanbestedende dienst nodigt Gegadigden uit om een verzoek tot deelneming in te dienen op basis van de procedure en voorwaarden zoals beschreven in deze selectieleidraad en onder toepassing van de Aanbestedingswet. De beoordeling van alle verzoeken tot deelneming zal er toe leiden dat maximaal vier Gegadigden zullen worden uitgenodigd voor de dialoofase van deze aanbesteding (zie paragraaf 3.1 van deze selectieleidraad).

1.1 Aanbestedende dienst

De Aanbestedende dienst is de Staat der Nederlanden, ministerie van Algemene Zaken, meer in het bijzonder Dienst Publiek en Communicatie (DPC). DPC is een agentschap van het ministerie van Algemene Zaken en ondersteunt de Rijksoverheid in de communicatie met publiek en professionals. Dit doet DPC door het uitvoeren van een aantal rijksbrede communicatietaken en het leveren van gemeenschappelijke communicatiediensten, zoals beschreven op <http://www.rijksoverheid.nl/dpc>.

DPC is voor de Rijksoverheid tevens het inkoopuitvoeringscentrum voor communicatie. In deze rol koopt DPC namens de Rijksoverheid communicatiediensten en –producten en worden ruim vijftientig, veelal rijksbrede, (raam)overeenkomsten beheerd.

Eén van de taken waarmee DPC belast is, is de media-inkoop voor de rijksoverheid. DPC is door het kabinet aangewezen als de enige organisatie, die namens de Rijksoverheid en voor de Rijksoverheid, mediaruimte mag inkopen¹. De centrale media-inkoop en media-administratie wordt door DPC verzorgd sinds het einde van de vorige eeuw. Omdat de dienstverlening rondom advies over media-inzet en de inkoop van mediaruimte steeds meer een geïntegreerd proces is geworden, is de totale dienstverlening sinds 2017 ondergebracht bij één bureau.

Organisaties die zijn gelieerd aan de Rijksoverheid kunnen eveneens gebruik maken van de door DPC georganiseerde mediadienstverlening, maar zijn daartoe niet verplicht. Indien een gelieerde organisatie besluit om deel te nemen aan de mediadienstverlening, is deze organisatie verplicht om alle mediaruimte via de Rijksoverheid in te kopen.

Aan de Rijksoverheid gelieerde organisaties zijn:

- zelfstandige bestuursorganen ZBO's (zoals SVB, UWV, Kamer van Koophandel);
- rechtspersonen met een wettelijke taak –RWT's- (onder andere universiteiten);
- medeoverheden (provincies, gemeentes en waterschappen); en
- staatsdeelnemingen.

Zie bijlage 4 voor de aan deze aanbesteding deelnemende organisaties.

¹ Laatste versie kabinetsbesluit: Regeling Media-inkoop 2004.

DPC neemt naast de rol als Opdrachtgever ook de rol van contractmanager in (deze rol wordt vervuld door het cluster Media-inkoop van DPC). Daarnaast is DPC één van de vele Nadere opdrachtgevers (als adverteerder via de clusters Informatie Rijksoverheid en Campagnemanagement van DPC) .

Nadere opdrachtgevers communiceren rechtstreeks met Opdrachtnemer over hun individuele opdracht. Deze zogenaamde Nadere opdrachten kunnen per organisatie sterk verschillen (opstellen mediastrategie voor een campagne, inkopen van een positie in een titel, verzorgen van de campagneplanning, hulp bij het opstellen van (media)doelstellingen en KPI's, tagging ten behoeve van webanalyse, et cetera). Nadere opdrachtgevers zijn zelf inhoudelijk verantwoordelijk voor hun Nadere opdrachten.

Per Nadere opdrachtgever kunnen meerdere organisatie-onderdelen gebruik maken van de raamovereenkomst. Naar verwachting zijn er in totaal zo'n 400 medewerkers binnen de verschillende Nadere opdrachtgevers die Nadere opdrachten aan Opdrachtnemer verstrekken. De mediakennisiniveau kan per Nadere opdrachtgever (en ook binnen een Nadere opdrachtgever) sterk verschillen. Er zijn Nadere opdrachtgevers die vrijwel dagelijks met media(plaatsingen) bezig zijn, maar er zijn ook Nadere opdrachtgevers die zo nu en dan een plaatsingsopdracht neerleggen bij Opdrachtnemer. Dit houdt in dat Opdrachtnemer haar dienstverlening zal moeten aanpassen aan het kennisniveau en de ervaring van Nadere opdrachtgever.

1.2 Opbouw van de selectieleidraad

Deze selectieleidraad bestaat uit de volgende onderdelen:

- Hoofdstuk 2: omschrijving van de Opdracht.
- Hoofdstuk 3: omschrijving van de aanbestedingsprocedure.
- Hoofdstuk 4: beoordeling formele eisen.
- Hoofdstuk 5: omschrijving uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen.
- Hoofdstuk 6: omschrijving selectiecriteria.

1.3 Persoonsgegevens van Gegadigden

Voor deze aanbesteding en het sluiten van de beoogde overeenkomst verwerkt de Aanbestedende dienst persoonsgegevens. Op deze verwerking is de privacyverklaring van toepassing van het ministerie van Algemene Zaken: <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-algemene-zaken/privacy/privacyverklaring-inkoop-en-aanbesteding>.

1.4 Klachtenprocedure

De Aanbestedende dienst heeft een klachtenmeldpunt ingericht waar belanghebbenden klachten kunnen melden met betrekking tot de aanbestedingsprocedure. Gegadigde kan klachten schriftelijk indienen bij het klachtenmeldpunt van de Aanbestedende dienst met gebruikmaking van het volgende e-mailadres: klachtaanbestedingdpc@minaz.nl.

Om de onafhankelijkheid en objectiviteit te waarborgen, zullen eventuele klachten behandeld worden door een niet direct bij de aanbesteding betrokken projectleider en een jurist van de Aanbestedende dienst, op basis van onderstaande procedure:

- Bij het indienen van een klacht dient Gegadigde duidelijk te maken dat het over een klacht gaat en waarover hij klaagt en hoe het knelpunt volgens hem verholpen zou kunnen worden. De klacht bevat verder de dagtekening, naam en adres van Gegadigde en de aanduiding van deze aanbesteding Ea0076.
- Nadat de klacht is binnengekomen bij het klachtenmeldpunt, ontvangt Gegadigde hiervan per omgaande een ontvangstbevestiging.

- Het klachtenmeldpunt onderzoekt vervolgens, eventueel aan de hand van aanvullend verstrekte gegevens, of de klacht binnen de reikwijdte van de Klachtenregeling aanbesteden valt (zie <https://www.pianoo.nl/nl/document/7583/advies-klachtafhandeling-bij-aanbesteden>) en terecht is.
- Wanneer de Aanbestedende dienst na het onderzoek door het klachtenmeldpunt tot de conclusie komt dat de klacht terecht is en de Aanbestedende dienst corrigerende en/of preventieve maatregelen neemt, dan deelt de Aanbestedende dienst dit zo spoedig mogelijk schriftelijk aan Gegadigde mee. Ook de andere Gegadigden worden op de hoogte gesteld.
- Wanneer de Aanbestedende dienst na het onderzoek tot de conclusie komt dat de klacht niet terecht is, dan ontvangt Gegadigde een gemotiveerde afwijzing op zijn klacht.
- Als de Aanbestedende dienst heeft laten weten hoe hij de klacht afhandelt en Gegadigde het hier niet mee eens is of als de Aanbestedende dienst nalaat om binnen een redelijke termijn op de klacht te reageren, dan kan Gegadigde de klacht aan de Commissie van Aanbestedingsexperts voorleggen. Gegadigde kan zijn klacht bij de Commissie van Aanbestedingsexperts indienen door het invullen van het formulier op de website www.commissievanaanbestedingsexperts.nl.

2 OMSCHRIJVING VAN DE OPDRACHT

In dit hoofdstuk is de Opdracht die onderwerp vormt van deze aanbesteding beknopt omschreven. De volledige opdrachtoomschrijving en de (contractuele) condities waaronder deze moet worden uitgevoerd, zullen uitsluitend worden verstrekt aan de vier Gegadigden die op basis van deze selectieleidraad worden geselecteerd en uitgenodigd voor de volgende fase van de aanbestedingsprocedure (de dialoofase; zie voor uitleg hierna hoofdstuk 3).

2.1 Omschrijving van de Opdracht

Opdrachtnemer adviseert Nadere opdrachtgevers² over hun individuele media-inzet. Opdrachtnemer houdt hierbij rekening met de grote diversiteit van de Nadere opdrachtgevers (in aard en omvang) en biedt maatwerk advisering. Opdrachtnemer adviseert Nadere opdrachtgevers voornamelijk over paid media, maar in voorkomende gevallen gaat het ook over owned, shared en earned media.

Opdrachtnemer verzorgt eveneens de inkoop en de mediaplaatsingen van Nadere opdrachtgevers. Deze plaatsingen zijn gericht op het Nederlandse publiek. Daarnaast verzorgt Opdrachtnemer de administratie.

Nadere opdrachtgevers zetten communicatie in voor campagnes, bekendmakingen en arbeidsmarktcommunicatie (zie paragraaf 2.1.2). Opdrachtnemer is in staat om over al deze soorten communicatie te adviseren.

Opdrachtgever maakt onderscheid tussen twee soorten werkzaamheden, te weten:

- mediaconsultancy (oftewel: advies en voorbereiding); en
- media-uitvoering (oftewel: inkoop, uitvoering van alle media-orders, de administratie en het beheer van de infrastructuur).

Opdrachtnemer is in staat om beide soorten werkzaamheden uit te voeren. Een nadere invulling van de scope van de Opdracht volgt hieronder.

2.1.1 Werkzaamheden

Zoals hierboven vermeld worden de werkzaamheden onderverdeeld in twee soorten dienstverlening:

1. mediaconsultancy: advies en voorbereiding;
2. media-uitvoering: inkoop, uitvoering van alle media-orders, de administratie en het beheer van de infrastructuur.

² Nadere opdrachtgevers zijn vrijwel alle Rijksoverheidsonderdelen, een aantal medeoverheden en aan de overheid gelieerde organisaties. Voor departementen en uitvoeringsorganisaties is deelname aan de aanbesteding mediadiensten verplicht. De overige organisaties doen op vrijwillige basis mee (zie bijlage 4 deelnemende organisaties).

2.1.1.1 Mediaconsultancy

Tot mediaconsultancy behoren:

- Alle advieswerkzaamheden die uitgevoerd moeten worden voorafgaand aan het moment dat een procuratie (de offerte van de media-inzet) voor een (deel)campagne of losse uiting gereed is. Dit betreft onder meer (let op: deze opsomming is niet uitputtend):
 - Het opstellen van een mediastrategie plus verdere uitwerking in een mediaplan voor een campagne (op basis van de communicatiedoelstelling).
 - Het opstellen van KPI's die aansluiten op de campagnedoelstellingen.
 - Het adviseren over de inzet van bepaalde media(-titels) die aansluiten op de doelgroep.
 - Het adviseren over de toepassing van AVG-regelgeving en informatiebeveiliging bij media-inzet.
 - Het adviseren over de inzet van een jobboard bij een bepaalde functie.
 - Het adviseren over het aantrekken van bezoekers naar een platform of event.
 - Het adviseren over het in te zetten onderzoek rondom een campagne.
 - Het onderzoeken van branded content mogelijkheden voor een campagne.
 - Het adviseren over de inzet van influencers voor een campagne.
 - Het uitbreiden van het standaard dashboard (online mediadata realtime of met maximaal 24 uur vertraging) op basis van specifieke eisen van een Nadere opdrachtgever.
 - Het evalueren van een campagne (inclusief het duiden van de resultaten en het in perspectief plaatsen hiervan/benchmarken).
- Werkzaamheden die uitgevoerd moeten worden voor de inzet van campagnes die gebruik maken van RTV-programmazendtijd Rijksoverheid. Het betreft hier voornamelijk planning, optimalisatie en (media)evaluatie werkzaamheden (zie bijlage 5 voor een toelichting op RTV-programmazendtijd Rijksoverheid).
- Opdrachten en adviesvragen voor het cluster Media-inkoop van Opdrachtgever ten behoeve van (het verbeteren van) de collectieve dienstverlening.
- Advies met betrekking tot de keuze voor de technische infrastructuur en inrichting hiervan. Het kan hier gaan om advies omtrent een DSP, Adserver, visibility meting, et cetera.
- Kennisoverdracht over specifieke onderwerpen op verzoek van een Nadere opdrachtgever (hierbij valt te denken aan landschapspresentaties en training on the job).

Alleen voor online kanalen:

- Optimalisatie op online campagne niveau.

Uitgangspunt is dat alle onderdelen van mediaconsultancy worden vergoed op basis van uren (uitgezonderd werkzaamheden voor RTV-programmazendtijd Rijksoverheid, zie paragraaf 2.1.3). In het beschrijvend document van de dialoofase zal dit nader worden uitgewerkt.

2.1.1.2 Media-uitvoering

Tot media-uitvoering behoren:

Voor online kanalen:

- Alle inkoopwerkzaamheden die nodig zijn om de media-inzet te kunnen maximaliseren. De belangrijkste maximalisatie-KPI's hierbij zijn: bereik in de doelgroep, de zichtbaarheid voor het oog, prijs en locatie. Voorbeelden van deze inkoopwerkzaamheden zijn:
 - de inrichting van de DSP stack en een koppeling met verificatie software;
 - het inkopen van software voor de optimalisatie van social media campagnes.
- Tagging (het plaatsen van UTM tags in het online advertentiemateriaal ten behoeve van analyse).

- Trafficking (het ontvangen van het online advertentiemateriaal en het signaleren van de tijdige ontvangst, het (laten) controleren van het materiaal op specificaties van exploitant, het (helpen bij) het zo nodig verbeteren of aanpassen, het tijdig (laten) publiceren).

Voor offline kanalen:

- De inkoopwerkzaamheden die resulteren in jaarcontracten voor Opdrachtgever of specifieke campagne-afspraken voor Nadere opdrachtgevers.
- De eventuele optimalisatie van de inzet.

Algemeen (dus voor zowel online als offline kanalen):

- Alle werkzaamheden die nodig zijn vanaf het opstellen van de procuratie van een opdracht tot en met de betaling van de factuur:
 - de invoer van de procuratie en het hieraan verbonden goedkeuringsproces;
 - executie en afroep van orders of bestellingen.
- Het verzorgen van de volledige media-administratie en de doorbelasting van door Opdrachtgever betaalde media-facturen aan individuele Nadere opdrachtgevers. Debiteurenbeheer voor Opdrachtgever behoort eveneens tot de uitvoeringstaak van de Opdrachtnemer.
- Bewijsnummering voor print en online en plaatsingscontrole bij radio en televisie.
- Periodiek op hoofdlijnen over de boekhouding rapporteren aan Opdrachtgever.
- Het beschikbaar stellen van een standaard dashboard (online media real time -/-24 uur) aan Nadere opdrachtgevers. Hiermee kunnen Nadere opdrachtgevers inzicht verkrijgen in de ontwikkeling (zonder verdere duiding) van campagnes en overige informatie, die voor een Nadere opdrachtgever van belang zijn.
- Het opstellen en toelichten van (periodieke) (inkoop)rapportages voor Opdrachtgever.
- Periodiek accountoverleg tussen Opdrachtnemer en Opdrachtgever over de lopende zaken en ontwikkelingen binnen Opdrachtgever, de groep Nadere opdrachtgevers, Opdrachtnemer en het medialandschap.
- Werkzaamheden in het kader van kennisdeling voor de gezamenlijke groep Nadere opdrachtgevers, zoals het mede organiseren van mediabijeenkomsten (elk kwartaal), informatiesessie en kennissessies.
- Werkzaamheden, die nodig zijn om taken goed uit te kunnen voeren, zoals:
 - Het beheer van het gezamenlijke Google My Client Center (MCC) van de Rijksoverheid.
 - Het beheer van het gezamenlijke Facebook Business manager (FBM) van de Rijksoverheid, LinkedIn, Twitter, enzovoort.

Uitgangspunt is dat alle onderdelen van media-uitvoering worden vergoed door middel van een fee over de netto/netto mediaomzet³. In het beschrijvend document van de dialoofase zal dit nader worden uitgewerkt.

Tijdens de looptijd van de raamovereenkomst kan het voorkomen als gevolg van fundamentele ontwikkelingen in de mediawereld⁴ dat in onderling overleg tussen Opdrachtnemer en Opdrachtgever wordt besloten om bepaalde (sub)onderdelen van media-uitvoering in het vervolg te scharen onder mediaconsultancy (en dus ook te vergoeden door middel van uren in plaats van uit de fee), of andersom.

³ Onder netto/netto media-omzet wordt verstaan: de mediabestedingen na aftrek van alle kortingen en voor btw heffing.

⁴ Het gaat hier om ontwikkelingen die buiten de invloedssfeer van zowel Opdrachtgever als Opdrachtnemer liggen en die noodzakelijkerwijs doorgevoerd moeten worden omdat de basisprincipes uit de raamovereenkomst anders niet meer passend zijn.

2.1.2 Soorten communicatie

De soorten communicatie waarop de Opdracht betrekking heeft zijn grofweg in te delen in drie categorieën:

1. Voorlichting (ook wel awareness genoemd, naar schatting 50%-70% van de mediabestedingen): Dit betreft alle (deel)campagnes die Nadere opdrachtgevers uitvoeren.
2. Bekendmakingen (naar schatting 1%-5% van de mediabestedingen): Dit betreft wettelijk verplichte communicatie voor enkele Nadere opdrachtgevers (bijvoorbeeld publicaties in de Staatscourant of aankondigingen in dagbladen van voorgenomen vergunningsverleningen).
3. Arbeidsmarktcommunicatie (naar schatting 25%-50% van de mediabestedingen): Voor arbeidsmarktcommunicatie worden vrijwel alle beschikbare kanalen in Nederland gebruikt. De aan deze aanbesteding deelnemende Nadere opdrachtgevers zijn regelmatig elkaars concurrenten op de arbeidsmarkt. Arbeidsmarktcommunicatie wordt op verschillende niveaus (geïntegreerd) ingezet. Op corporate niveau, voor functiegroepen en voor individuele functies. Een groot aantal organisaties heeft een eigen platform (zoals het ministerie van Defensie, de Belastingdienst, Rijkswaterstaat en Luchtverkeersleiding Nederland), maar gebruikt daarnaast ook gezamenlijke platforms (zoals Werken voor Nederland, Werken bij de Overheid). Met name voor arbeidscommunicatie geldt dat veel organisaties een korte doorlooptijd hanteren tussen aanmelding en plaatsing van uitingen. Zo worden per jaar circa 2.700 jobboards geplaatst, die binnen 24 uur na aanmelding bij Opdrachtnemer voor belangstellenden zichtbaar moeten zijn.

Let op: Arbeidsmarktcommunicatie maakt een belangrijk onderdeel uit van de Opdracht. Om die reden zal in de inschrijvingsfase van deze Europese aanbesteding worden gevraagd naar een plan van aanpak waaruit blijkt dat inschrijver opdrachten op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie uit kan voeren. Dit plan van aanpak zal voorwerp vormen van beoordeling in de inschrijvingsfase.

2.1.3 Vergoeding

Het uitgangspunt voor de vergoeding van de dienstverlening is als volgt:

A. Basisvergoeding

Opdrachtnemer wordt vergoed op basis van:

- I. een uurvergoeding voor mediaconsultancy.
- II. een fee over de reguliere netto/netto mediabestedingen voor de media-uitvoering. Deze fee kan per mediumtype/kanaal verschillen.
- III. een vergoeding op basis van een vast bedrag per maand voor campagnes die gebruik maken van RTV-programmazendtijd Rijksoverheid.
- IV. een bonus wanneer de prestaties bovengemiddeld goed zijn. Hiertoe zal een bonusclausule worden opgenomen in de overeenkomst.

B. Overige geldstromen en inkomsten: voor Opdrachtgever

Alle (andere) inkomsten die Opdrachtnemer genereert uit de opdracht, zoals NTO's, betalingskortingen, surcommissions, SLA's, MVK's, BRK's, bureaucommissies en alle overige (huidige en toekomstige) volume- en niet-volume gebonden voordelen uit de uitvoering van de Opdracht komen volledig ten gunste van Opdrachtgever.

C. Kosten techniek en kosten derden: één op één doorbelasten

Alle kosten die gemaakt worden voor het realiseren van de voor de Opdracht benodigde technische infrastructuur, mag Opdrachtnemer doorbelasten aan Opdrachtgever. Overige toeslagen en doorverkoop met winstoogmerk (zoals reselling van mediaruimte of content) worden niet toegestaan.

Indien voor de inzet van media via een kanaal uren en/of technische kosten gemaakt moeten worden (bijvoorbeeld koppeling DSP aan verificatie tool), dan wil Opdrachtgever deze kosten separaat één-op-één vergoeden uit oogpunt van transparantie. Opdrachtgever wil hiermee voorkomen dat deze onzichtbaar en/of op een niet transparante manier vanuit het mediabudget 'vergoed' worden.

Ook kosten voor derden, zoals marktonderzoek of vormen van branded content, moeten één-op-één aan Opdrachtgever doorbelast worden.

In het beschrijvend document van de dialooffase zal het vergoedingsmodel nader uitgewerkt worden.

2.1.4 Eisen aan de Opdracht

In de aanbestedingsstukken die aan het begin van de dialooffase aan de uitgenodigde Gegadigden worden verstrekt, zullen alle eisen en voorwaarden die op de raamovereenkomst (en de Nadere opdrachten) van toepassing zijn worden opgenomen. Voorbeelden hiervan zijn (naast de gebruikelijke 'standaardeisen'): eisen omtrent het personeel, eisen aan het DSP, eisen aan de kwaliteitsborging, eisen met betrekking tot servicelevels et cetera.

Van een aantal eisen en voorwaarden die worden gesteld aan de uitvoering, acht Aanbestedende dienst het van belang dat Gegadigde hiervan bij het verzoek tot deelname al op de hoogte is. Deze worden hieronder genoemd:

Mediaconsultancy:

- Opdrachtnemer zorgt voor relevante, haalbare en neutrale (dat wil zeggen onafhankelijk en los van mogelijk eigen bedrijfsbelang) advisering op maat voor betreffende Nadere opdrachtgever.

Media-uitvoering:

- De media-uitvoering en het onderhandelingsproces dient op een gestructureerde, integere, transparante, effectieve en efficiënte manier plaats te vinden. Het inkoopproces dient uit te monden in kwantitatieve en kwalitatieve tariefcondities voor alle mediumtypen.
- Reselling van mediaruimte met winsttoegmerk is niet toegestaan.
- Van de tariefcondities verwacht Opdrachtgever dat ze ten opzichte van een onafhankelijke benchmark van een auditor minimaal 'marktconform' zijn. Dit laatste geldt zowel voor de kwantitatieve als kwalitatieve condities.
- Opdrachtnemer moet voldoende capaciteit beschikbaar stellen om circa 5.000 Nadere opdrachten per jaar te kunnen verwerken.
- Opdrachtnemer voldoet de door media-exploitanten in rekening gebrachte kosten voor mediaplaatsing. Opdrachtnemer brengt deze mediaplaatsingskosten -inclusief uren, fee en overige kosten- namens Opdrachtgever bij Nadere opdrachtgevers in rekening.

DSP:

- Opdrachtnemer richt voor de Rijksoverheid één inkoopplatform (DSP) in waarmee alle mogelijke media, alle kanalen, alle devices en alle formaten volledig geautomatiseerd kunnen worden ingekocht.
- De DSP-data zijn volledig transparant voor Opdrachtgever tot en met de log level data.
- Opdrachtnemer garandeert dat DSP-data van de Rijksoverheid volledig op Europees grondgebied worden opgeslagen.

- DSP-data zijn/worden eigendom van de Rijksoverheid (Opdrachtgever).
- De keuze voor de techniek is onderwerp van overleg tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer, waarbij Opdrachtgever uiteindelijk bepaalt welke techniek moet worden ingezet. De kosten voor techniek worden één-op-één doorbelast aan Opdrachtgever.

Organisatie en personeel:

- Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij tegemoetkomt aan de uiteenlopende behoeften van de gemêleerde groep Nadere opdrachtgevers en dat hij zijn dienstverlening en organisatie hierop inricht.
- Opdrachtgever krijgt een eigen unit met meerdere functionele aanspreekpunten (teams). De matching tussen Nadere opdrachtgever en het team zal in overleg met de Opdrachtgever plaatsvinden.
- Van Opdrachtnemer wordt daarnaast geëist dat hij voldoende competenties en capaciteit in huis heeft om een groot aantal Nadere opdrachtgevers volledig en integraal tegelijkertijd te kunnen bedienen. Voor de uitvoering van de gehele Opdracht, dient Opdrachtnemer in ieder geval te beschikken over:
 - specialisten op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie, search, display, influencers, social media, specialisten op gebied van RTV, out of home en print;
 - een eigen media-inkoopafdeling;
 - een eigen onderzoeksafdeling/dataverzamelingsafdeling;
 - een aparte administratie voor Opdrachtgever.

Adservernetwerk:

- Opdrachtnemer maakt voor de Rijksoverheid gebruik van één adservernetwerk voor alle uitlevering van online materialen. Het adservernetwerk dient bekend en geaccepteerd te zijn bij ten minste Sanoma, De Persgroep, TMG, Adform en Facebook.

Accountantsverklaring:

- Opdrachtgever eist als contractbeheerder dat Opdrachtnemer jaarlijks een accountantsverklaring overlegt, waarin alle informatie met betrekking tot alle inkomsten uit de Opdracht wordt verstrekt en waaruit blijkt dat de administratie conform de voorschriften, richtlijnen en afspraken is uitgevoerd.

2.2 Omvang van de Opdracht

De ervaring leert dat de media-omzet van jaar tot jaar behoorlijk kan verschillen. In jaren dat er sprake is van Tweede Kamerverkiezingen en een kabinetsformatie lopen de mediabestedingen doorgaans terug. In jaren van zogenaamde beleidsuitvoering kunnen de mediabestedingen juist weer sterk oplopen. Ook het aandeel in de media-omzet voor arbeidsmarktcommunicatie kan fluctueren. In tijden van economisch hoogtij en (dus) krapte op de arbeidsmarkt is het aantal vacatures bij de overheid een stuk hoger dan tijdens een economische laagconjunctuur. Voorspellingen ten aanzien van de media-omzet binnen deze raamovereenkomst voor de wat langere termijn zijn derhalve niet goed te maken.

Wanneer wordt teruggekeken op de laatste drie jaar (inclusief verwachting 2019), zien we dat de netto/netto mediabestedingen van de aan deze aanbesteding deelnemende organisaties⁵ over alle mediatypen zijn gestegen:

⁵ Het aantal deelnemende organisaties aan deze aanbesteding is lager dan het aantal in de huidige raamovereenkomst. De cijfers in de tabel zijn gebaseerd op alleen de aan deze aanbesteding deelnemende organisaties.

Netto/netto bestedingen door Nadere opdrachtgevers	Mediatype				
2017-2019	RTV	Print	Out of Home	Online	Totaal
2017	3.837.912	4.120.689	1.731.039	15.793.433	25.483.073
2018	6.966.926	4.898.264	2.174.392	19.712.399	33.751.981
2019 E	9.200.000	5.000.000	5.000.000	25.800.000	45.000.000

Om inzicht te geven over de verdeling van de bestedingen binnen de verschillende mediumtypen, wordt het laatste afgeronde jaar (2018) als voorbeeld gegeven:

Netto/Netto bestedingen			
2018			
Mediumtype	Kanaal	Bestedingen	Aandeel
TV	TV lineair	5.242.885	15,5%
Radio	Radio lineair	1.724.041	5,1%
Print	Dagbladen	2.894.837	8,6%
	Hah-bladen & Nieuwsbladen	1.250.408	3,7%
	Publieksbladen	360.103	1,1%
	Vakbladen	311.789	0,9%
	Overig print	81.127	0,2%
	Out of Home	Bioscoop	518.911
Overig OOH		1.655.481	4,9%
Online	Content	1.961.489	5,8%
	Display	2.880.591	8,5%
	Jobboards	1.833.743	5,4%
	Search	3.317.199	9,8%
	Social media	5.582.867	16,5%
	Video	3.759.160	11,1%
	Overig online	377.350	1,1%
Totaal		33.751.981	100,0%

Nota bene: Deze verdeling is in hoge mate representatief voor voorgaande jaren en naar verwachting ook voor toekomstige jaren.

Om een beeld te geven hoe deze bestedingen zijn verdeeld onder Nadere opdrachtgevers, wordt opnieuw het laatste afgeronde jaar (2018) als voorbeeld gegeven:

Netto/netto bestedingen door Nadere opdrachtgevers in 2018	Aantal Nadere opdrachtgevers	Mediatype			Out of Home	Online	Totaal	Aandeel
		RTV	Print					
Bestedingen > 2,5 miljoen	4	5.847.344	1.939.817		1.084.549	9.510.581	18.382.291	54,5%
Bestedingen > 1,0 miljoen en < 2,5 miljoen	6	1.029.865	2.553.841		935.882	6.347.052	10.866.640	32,2%
Bestedingen < 1,0 miljoen	31	89.717	404.606		153.961	3.854.766	4.503.050	13,3%
Totaal	41	6.966.926	4.898.264		2.174.392	19.712.399	33.751.981	100,0%

Nota bene: Deze verdeling is in hoge mate representatief voor voorgaande jaren en naar verwachting ook voor toekomstige jaren.

Uren

Het huidige mediabureau heeft in 2018 ongeveer 47.500 werkuren besteed (deels vergoed via uren, deels vergoed via een fee) aan de uitvoering van de huidige opdracht voor de aan deze aanbesteding deelnemende Nadere opdrachtgevers. Let wel: dit aantal uren is exclusief de media-administratie.

Schatting 2021

De (grove) schatting van de waarde van de mediabestedingen voor het eerste jaar van de raamovereenkomst, 2021 -een verwacht verkiezingsjaar-, bedraagt 20-45 miljoen euro (netto/netto). In zogenaamde beleidsuitvoeringsjaren zou de waarde van de mediabestedingen weer toe kunnen nemen.

Gezien het aantal Nadere opdrachten dat binnen deze raamovereenkomst te verwachten valt (enkele duizenden op jaarbasis, met grote fluctuaties per jaar) is het voor de Aanbestedende dienst niet doenlijk om een zinvol maximum op te geven waar marktpartijen vanuit kunnen gaan. Als er toch een maximum wordt bepaald, zou het kunnen zijn dat dit maximum reeds bereikt is (ruim) vóór het einde van de looptijd van de raamovereenkomst, waardoor de raamovereenkomst een (veel) kortere duur krijgt. Dit zal ontoelaatbare gevolgen hebben voor de continuïteit van de media-inzet van de aan deze aanbesteding deelnemende organisaties.

Met de in deze paragraaf 2.2 opgenomen informatie wil de Aanbestedende dienst een zo goed mogelijk beeld geven van de omvang van de Opdracht. Gegadigde kan geen enkel recht ontlenen aan de cijfers over mediabestedingen uit het verleden en de gemaakte (grove) inschatting voor de toekomst.

Let op: Met het aangaan van een raamovereenkomst met één opdrachtnemer voor de mediadienstverlening is de Rijksoverheid en een aanzienlijk aantal medeoverheidsorganisaties afhankelijk van één leverancier. Om die reden zal in de inschrijvingsfase van deze Europese aanbesteding worden gevraagd naar een plan van aanpak waaruit blijkt dat inschrijver de hierboven beschreven omvang -en de grote diversiteit aan opdrachten en Nadere opdrachtgevers- van de Opdracht uit kan voeren. Dit plan van aanpak zal voorwerp vormen van beoordeling in de inschrijvingsfase.

2.3 Werkzaamheden buiten de opdracht

De volgende werkzaamheden vallen uitdrukkelijk niet onder de scope van de raamovereenkomst en worden in voorkomend geval niet gegund aan de toekomstige Opdrachtnemer:

- Creatie ten behoeve van campagnes en losse plaatsingen maakt geen onderdeel uit van deze Opdracht. Nadere opdrachtgevers zijn zelf verantwoordelijk voor de contractering van een creatief bureau.
Uitzondering: Creatie voor searchopdrachten (SEA) behoort wel tot de scope van de raamovereenkomst.
In overleg (tussen Opdrachtnemer en Nadere opdrachtgever na gunning): In sommige gevallen is de uitwerking van een creatief concept zeer nauw verbonden met en afhankelijk van het gekozen mediakanaal (dit geldt vooral bij online, waar middel (digitale creatie) en media (performance) sterk met elkaar vervlochten kunnen zijn en/of met elkaar samenhangen). In een dergelijke situatie kan het logisch zijn dat Opdrachtnemer de primaire verantwoordelijkheid voor de uitwerking van dit creatieve concept op zich neemt en dan maakt dit onderdeel uit van de Opdracht. Wanneer dit aanleiding vormt tot discussie met andere leveranciers van de Nadere opdrachtgever, dan beslist Nadere opdrachtgever wie deze uitvoering op zich mag nemen.
- Webanalyse ten behoeve van 'owned media' maakt geen onderdeel uit van deze raamovereenkomst.
Uitzondering: Opdrachtnemer kan door Nadere opdrachtgever worden verzocht om als onderdeel van mediaconsultancy tegen meerkosten analysedata van owned- en/of paid- en/of earned media te verzamelen en te bundelen tot één analyserapport of eindevaluatie.
- Mediaconsultancy zelfplaatsers
Een aantal Nadere opdrachtgevers verzorgt (onderdelen van) mediaconsultancy voor plaatsingen gedeeltelijk zelf. Deze worden door de Opdrachtgever aangeduid als 'zelfplaatsers'. Opdrachtgever schat dit aantal zogenaamde zelfplaatsers in op circa 150 (van de circa 400) (sub)organisatieonderdelen. De waarde van de mediabestedingen van deze opdrachten is meestal (relatief) klein. Veel opdrachten betreffen search, print, jobboards, Facebook en Instagram.
Nota bene: zelfplaatsers maken dus wel gebruik van media-uitvoering.
- Mediaconsultancy voor kennisgevingen RCR- en mijnbouwprojecten
De mediaconsultancy voor kennisgevingen voor energieprojecten in het kader van de Rijkscoördinatie-regeling (RCR-projecten) en de Mijnbouwwet (inclusief Mijnbouwbesluit, Mijnbouwregeling en Besluit algemene regels milieu mijnbouw) wordt verzorgd door andere partijen. Dit betreft projecten waarbij de minister van Economische Zaken en Klimaat vergunningen verleent of coördineert, of meldingen behandelt. Voor de plaatsing wordt door Nadere opdrachtgevers wel gebruik gemaakt van media-uitvoering.
- Arbeidsmarktcommunicatie die is gericht op zeer specialistische functies
Arbeidsmarktcommunicatie maakt onderdeel uit van de Opdracht. Alleen als het gaat om de arbeidsmarktcommunicatie voor zeer specialistische functies kan Nadere opdrachtgever ervoor kiezen om deze zelf te verzorgen of deze opdracht te plaatsen bij een specialistisch bureau of headhunter.

- Inkoop van RTV-programmazendtijd Rijksoverheid
Opdrachtgever is net als AVRO-TROS, KRO-NCRV, VARA-BNN, et cetera zendgemachtigde en krijgt daarom per jaar de beschikking over een aantal uur programmazendtijd op de radio- en televisiezenders van de Nederlandse Publieke Omroep. Deze zendtijd wordt het gehele jaar gevuld met programma's van dertig seconden. Aanvullend wordt bij grotere commerciële radio- en televisie-exploitanten eveneens programmazendtijd ingekocht. De inkoop van deze programmazendtijd verzorgt Opdrachtgever zelf. Nota bene: Planning, optimalisatie en evaluatie van RTV-programmazendtijd behoort wel tot het takenpakket van Opdrachtnemer (zie bijlage 5 voor een toelichting op RTV-programmazendtijd Rijksoverheid).
- Mediapaatsingen in het buitenland
De mediapaatsingen voor de Opdracht vinden plaats gericht op het Nederlandse publiek. Enkele Nadere opdrachtgevers (bijvoorbeeld universiteiten) plaats en ook in buitenlandse media. Plaatsingen in buitenlandse media kunnen via Opdrachtnemer verlopen, maar dit is niet verplicht.

2.4 Contractvorm, contractuele voorwaarden en looptijd

Op deze Opdracht betreft een raamovereenkomst waarop de ARVODI-2018 van toepassing zijn. De ARVODI-2018 worden als bijlage bij het beschrijvend document van de dialooffase gevoegd.

De raamovereenkomst wordt aangegaan voor een periode van zes jaar, eventueel voorafgangaan door een transitieperiode van een half jaar indien Opdrachtnemer een andere partij is dan de partij die de dienstverlening thans uitvoert. Indien de Opdrachtnemer dezelfde partij is als het bureau dat de dienstverlening thans uitvoert voor Opdrachtgever, zal - om voordehand liggende redenen - geen sprake zijn van een transitieperiode. De daadwerkelijke dienstverlening op grond van de raamovereenkomst (met of zonder voorafgaande transitieperiode) zal per 1 januari 2021 moeten starten.

Aanbestedende dienst heeft bewust gekozen voor een looptijd van zes jaar. Aanbestedende dienst acht een kortere looptijd niet wenselijk om in ieder geval de volgende redenen.

Allereerst geldt dat het van Opdrachtnemer naar verwachting veel inspanning - en dus ook kostenvergt om de eigen organisatie aan te passen en in te richten voor de uitvoering van deze raamovereenkomst. Opdrachtnemer moet mogelijk voor de uitvoering van de Opdracht extra personeel werven en inwerken, een vast team formeren en een complex administratiesysteem inrichten. Uit de marktverkenning die Aanbestedende dienst heeft uitgevoerd voorafgaand aan deze aanbesteding is gebleken dat dit voor een periode korter dan zes jaar een (te) groot bedrijfsrisico kan vormen voor marktpartijen, wat de marktwerking en de gelijke kansen in deze aanbesteding kan beperken.

Daarnaast brengt ook voor Opdrachtgever een (mogelijke) bureauwissel hoge transitiekosten met zich mee, zoals onder meer blijkt uit de noodzakelijke implementatieperiode van een half jaar. Bovendien leert de ervaring dat er bij deze complexe en brede dienstverlening een langere periode nodig is waarin alle betrokkenen (Opdrachtnemer, Opdrachtgever en Nadere opdrachtgevers) goed op elkaar zijn ingespeeld. Het bestuurlijke en politieke risico van discontinuïteit bij een mogelijke bureauwissel is aanzienlijk en kan daarom beter worden beperkt tot één keer per zes jaar.

2.5 Clustering en (niet-opdelen in) percelen

Onderhavige Opdracht wordt op twee manieren geclusterd, namelijk:

- Clustering van verschillende onderdelen van mediadienstverlening (mediaconsultancy en media-uitvoering).
- Clustering van Opdrachten van verschillende aanbestedende diensten (Nadere opdrachtgevers).

De Opdracht wordt niet verdeeld in percelen. De motivatie voor zowel de clustering als het niet opdelen van de Opdracht in percelen volgt hieronder.

Deze Opdracht bestaat uit dienstverlening voor zowel mediaconsultancy als media-uitvoering. Opdrachtgever heeft Opdrachten samengevoegd omdat de mate van samenhang van Opdrachten (mediaconsultancy en media-uitvoering) zo groot (en onlosmakelijk met elkaar verbonden) is dat het niet logisch en werkbaar is om deze gescheiden van elkaar in de markt te zetten.

Opdrachtgever maakt met Opdrachtnemer afspraken over de uitvoering van de Opdracht en het proces. Doordat de uitvoering van de dienstverlening bij één Opdrachtnemer wordt ondergebracht, wordt het mediaproces efficiënter, worden doorlooptijden korter en wordt het administratieve proces vereenvoudigd en minder foutgevoelig. Tevens is het op deze manier makkelijker de uitvoering van de processen te meten en vervolgens te verbeteren. Het optreden als één opdrachtgever (en tevens contractmanager) maakt het mogelijk rijksbreed media-inspanningen te evalueren en te benchmarken. Dit moet leiden tot betere prestaties van toekomstige campagnes.

Verschiedende deelnemers aan deze aanbesteding (Nadere opdrachtgevers) hebben dezelfde behoefte ten aanzien van media-dienstverlening. Sinds de media-inkoopregeling (Ministerraadbesluit) van 2004 van kracht is, kunnen mede-overheden een aan de overheid gelieerde organisaties op vrijwillige basis gebruik maken van de media-inkoop en de media-administratie die Opdrachtgever namens de Rijksoverheid verzorgt. Deze organisaties kunnen ook op vrijwillige basis participeren in de aanbesteding voor mediadienstverlening. Niet alleen worden deze organisaties daardoor ontzorgd, men hoeft immers zelf geen complexe en specialistische media-aanbesteding uit te voeren, ook zal dit naar verwachting de kwaliteit van de media-inzet verhogen. Campagnes, arbeidsmarktcampagnes en media-uitingen die elkaar kunnen verstoren kunnen onderling namelijk beter worden afgestemd wanneer één bureau de coördinatie heeft. Daarnaast zijn deze organisaties dikwijls uitvoerder van Rijksoverheidsbeleid. Een goede onderling op elkaar afgestemde mediaplanning (zoals aan het einde van het jaar wanneer veel nieuwe regelgeving bekend gemaakt moet worden) is dan noodzakelijk.

Opdrachtnemer zal mogelijk zijn capaciteit moeten vergroten om de Opdracht naar behoren te kunnen uitvoeren en/of zijn organisatie (al dan niet in samenwerking met onderaannemers en/of combinanten) moeten afstemmen op de omvang van het account dat Opdrachtgever zal vormen.

Marktonderzoek wijst uit dat alle mediabureaus tot het MKB behoren, ook de bureaus die onderdeel uitmaken van een bureaunetwerk. Deze zouden zelfstandig (full-service dienstverlening) dan wel in combinatie of als onderaannemer het totale pakket van de gevraagde dienstverlening moeten kunnen aanbieden.

Opdrachtgever stelt geen eisen aan omvang of omzet van potentiële inschrijvers. Opdrachtgever ziet geen mogelijkheid tot een perceelverdeling die leidt tot een beperking van de eisen en daarmee een verruiming van het aantal potentiële inschrijvers.

Het marktaandeel van de raamovereenkomst die middels deze aanbesteding in de markt wordt gezet is relatief gering: het marktaandeel van de Rijksoverheid bedraagt ongeveer 1% van de totale mediabestedingen in Nederland. Hiermee bekleedt de Rijksoverheid geen dominante positie.

2.6 Informatiebeveiliging

Het beveiligingsbeleid van het ministerie van Algemene Zaken heeft tot doel om ongeautoriseerde toegang tot systemen en informatie tegen te gaan, vertrouwelijke informatie te beveiligen, de integriteit van informatie te garanderen, privacy te waarborgen en de continuïteit van de dienstverlening te garanderen.

Op deze aanbesteding is het Basis Beveiligingsniveau 2 van toepassing zoals beschreven in de Baseline Informatiebeveiliging Overheid (BIO, voorheen BIR). De BIO beschrijft de invulling van NEN/ISO27001 en NEN/ISO27002 voor de Rijksoverheid en kent specifieke Rijksnormen. De BIO moet toegepast en aantoonbaar nageleefd worden bij uitvoering van de overeenkomst.

Hoewel Gegadigden in deze selectiefase van de aanbesteding niets hoeven aan te leveren op het gebied van de BIO, wordt wel aangeraden dat Gegadigden zich alvast oriënteren op de eisen die later zullen worden gesteld. Achtergrondinformatie en de verschillende eisen op het gebied van informatiebeveiliging zijn hier beschikbaar:

<https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/r/rijkswebsites/documenten/publicaties/2018/mrt/13/dpc-bir-documenten-tbv-externen>

3 AANBESTEDINGSPROCEDURE

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van het aanbestedingsproces en de formele vereisten waaraan Gegadigde moet voldoen om een geldig verzoek tot deelneming in te dienen. De inhoudelijke eisen die worden gesteld aan het verzoek tot deelneming staan beschreven in hoofdstuk 5.

3.1 Korte beschrijving van de aanbestedingsprocedure inclusief planning

De aanbestedingsprocedure zal worden gevoerd als een concurrentiegerichte dialoog conform artikel 2.28 en 2.29 Aanbestedingswet 2012.

De aanbestedingsprocedure zal in een aantal fasen verlopen die in het onderstaande tabel zijn weergegeven. De opgegeven data vanaf de dialoogfase zijn indicatief en kunnen gedurende de aanbestedingsprocedure gewijzigd worden.

Selectiefase	
Publicatie van de aanbesteding	30 september 2019
Inlichtingenbijeenkomst	8 oktober 2019 14:45 uur
Sluitingsdatum stellen van vragen	10 oktober 2019, 12:00 uur
Uiterste datum publiceren van antwoorden op vragen (nota van inlichtingen)	18 oktober 2019
Sluitingsdatum indienen verzoek tot deelneming	31 oktober 2019 11:00 uur
Mededeling selectiebeslissing	December 2019
Standstill periode	20 kalenderdagen na selectiebeslissing
Dialoogfase (vier geselecteerde Gegadigden)	
Uitnodiging tot deelname dialoogfase	Januari 2020
Dialoogronde 1	Februari 2020
Dialoogronde 2	Maart 2020
Inschrijvingsfase (dezelfde vier geselecteerde Gegadigden)	
Uitnodiging tot inschrijving	Maart 2020
Sluitingsdatum indienen inschrijvingen	April 2020
Mededeling gunningsbeslissing	Mei 2020
Standstill periode	20 kalenderdagen na gunningsbeslissing
Contractondertekening	Juni 2020

Aanbestedende dienst heeft gekozen voor toepassing van de concurrentiegerichte dialoog, omdat deze procedure ruimte biedt voor de Gegadigden en de Aanbestedende dienst om na de selectiefase – op individuele en vertrouwelijke basis – met elkaar in gesprek (dialoog) te treden over (eisen en voorwaarden voor de uitvoering van) de raamovereenkomst. Gegeven de zeer brede, complexe Opdracht met een bijzondere financieringsstructuur binnen een complexe opdrachtgeversomgeving, acht de Aanbestedende dienst een dergelijke dialoog van essentieel belang. Door middel van de dialoog kunnen vraag en aanbod in deze aanbesteding beter op elkaar worden afgestemd. Daarnaast zal vroegtijdig overleg tussen de Aanbestedende dienst en Gegadigden bijdragen aan een eenduidige uitleg van aanbestedingsdocumenten, hetgeen ten goede zal kunnen komen aan de (vergelijkbaarheid van) inschrijvingen en discussies tijdens de uitvoering van de raamovereenkomst kan voorkomen.

Met betrekking tot de (extra) inspanningen die de concurrentiegerichte dialoog vergt van Gegadigden, zal de Aanbestedende dienst uiteraard acht slaan op het beginsel van proportionaliteit. Dat wil zeggen dat de (extra) inspanningen die Gegadigden zullen moeten doen in het kader van deze procedure niet verder gaan dan noodzakelijk om het hierboven beschreven doel te bereiken en rekening gehouden zal worden met de belangen van Gegadigden. Daarnaast zal de Aanbestedende dienst maatregelen nemen om te waarborgen dat de gelijke behandeling en transparantie niet in het geding komen als gevolg van deze dialoog.

In het navolgende zal wordt op hoofdlijnen beschreven wat Gegadigden mogen verwachten in de dialoofase.

Let op: alleen de vier Gegadigden met de hoogste score in de selectiefase zullen daadwerkelijk met deze dialoofase en inschrijvingsfase van doen hebben. De voorliggende selectiefase is dezelfde als bij een niet-openbare Europese aanbesteding.

Verloop concurrentiegerichte dialoog



Selectiefase

De aanbestedingsprocedure start met de selectiefase. In deze fase kunnen Gegadigden zich kwalificeren voor deelname aan de dialoofase en inschrijvingsfase middels het indienen van een verzoek tot deelneming. De selectie vindt plaats op basis van een beoordeling op formele eisen, uitsluitingsgronden, geschiktheidseisen en selectiecriteria (zie hierna hoofdstukken 4, 5 en 6). Voor de dialoofase zullen maximaal vier Gegadigden worden uitgenodigd.

Dialoofase

In de dialoofase worden geselecteerde Gegadigden in de gelegenheid gesteld overleg te voeren met aanbesteder over de aanbestedingsdocumenten en de door Gegadigden in te dienen inschrijvingen. De Aanbestedende dienst voorziet op dit moment een dialoog in twee rondes. In beide rondes zullen Gegadigden één individueel gesprek mogen voeren met de Aanbestedende dienst. Deze gesprekken zullen voor elke Gegadigde van gelijke duur zijn en naar verwachting per gesprek circa 2 à 3 uur in beslag nemen. De gesprekken zullen gevoerd worden bij DPC (Buitenhof 34, Den Haag).

De agenda voor het individuele dialooggesprek wordt (grotendeels) door de Gegadigde zelf bepaald. Gegadigden zullen worden gevraagd enkele dagen voor het gesprek kenbaar te maken welke personen zullen deelnemen aan het gesprek en een agenda toe te zenden, waarin de belangrijkste vragen en onderwerpen zijn opgenomen die de Gegadigde met de Aanbestedende dienst wil bespreken.

De Aanbestedende dienst gaat er vanuit dat de focus in de eerste ronde dialooggesprekken zal liggen op het ophelderen van eventuele onduidelijkheden in de aanbestedingsdocumenten en het bespreken van mogelijke wijzigingsvoorstellen van de Gegadigde. Het is immers van belang dat eventuele opheldering en/of aanpassing van de documenten tijdig in de aanbestedingsprocedure kan plaatsvinden.

De tweede dialoogronde zou de focus volgens de Aanbestedende dienst meer moeten liggen op de inschrijving die de Gegadigden voorzien en eventuele vragen met betrekking de overeenstemming van deze inschrijving met de gestelde eisen.

In de dialooggesprekken kunnen vragen van Gegadigden besproken worden. De reacties/antwoorden van Aanbestedende dienst op deze vragen tijdens het gesprek hebben echter géén formele status. Gegadigden kunnen aan deze aan reacties/antwoorden dan ook geen rechten ontlenen. Formele antwoorden, aanpassingen en nadere informatie worden alleen via het inlichtingenproces (nota van inlichtingen) verstrekt.

Tijdens de dialoofase vindt geen zogenaamde 'trechtering' plaats. Dat wil zeggen dat alle geselecteerde Gegadigden die deelnemen aan de dialoofase in beginsel worden uitgenodigd voor de inschrijvingsfase.

In de leidraad voor de dialoofase (beschrijvend document dialoofase), die zal worden verstrekt aan de geselecteerde Gegadigden, zal nadere informatie worden verstrekt over de invulling van de dialoofase. Met het beschrijvend document dialoofase zullen ook de onder meer de opdrachtomschrijving, de concept-raamovereenkomst en de gunningscriteria worden verstrekt aan de geselecteerde Gegadigden.

Inschrijvingsfase

Na afronding van de dialoofase worden de geselecteerde Gegadigden uitgenodigd tot het doen van een inschrijving, waarmee de inschrijvingsfase aanvangt. Aanbestedende dienst zal het beschrijvend document inschrijvingsfase en de eventueel aangepaste versies van de overige aanbestedingsdocumenten verstrekken, waarop inschrijvers hun inschrijving moeten baseren. In deze fase zullen geselecteerde Gegadigden hun inschrijvingen moeten afronden en indienen bij Aanbestedende dienst (via TenderNed).

De ingediende inschrijvingen zullen door de Aanbestedende dienst worden beoordeeld op basis van het gunningscriterium 'beste prijs- kwaliteitverhouding'. Prijs zal voor 30% meetellen en kwaliteit voor 70%.

Uitkomst van deze beoordeling zal aan Gegadigden gemotiveerd kenbaar worden gemaakt middels de gunningsbeslissing.

3.2 Digitaal aanbesteden via TenderNed

De aanbestedingsprocedure wordt uitsluitend digitaal uitgevoerd (met uitzondering van de dialoog) via het elektronisch systeem voor aanbestedingen: TenderNed (www.tenderned.nl). Dit betekent dat verzoeken tot deelneming alleen via TenderNed mogelijk zijn. Voor deelneming aan de aanbestedingsprocedure dient een ondernemer als gebruiker te zijn geregistreerd bij TenderNed. Voor het registreren en deelnemen in TenderNed is eHerkenning verplicht. eHerkenning regelt de digitale herkenning (authenticatie) en controleert de digitale bevoegdheid (autorisatie) van personen die online een dienst bij de overheid willen afnemen. Zie voor meer informatie: <https://www.tenderned.nl/tenderned-voor-ondernemingen-0/eherkenning-en-tenderned>.

Alle communicatie over deze aanbesteding verloopt via de berichtenmodule van TenderNed. Communiceert Gegadigde over deze aanbesteding met andere medewerkers van de Aanbestedende dienst of via andere kanalen, dan is dat voor Aanbestedende dienst reden om Gegadigde uit te sluiten van deelname. Gegadigde kan zich niet beroepen op informatie die op een andere wijze dan hiervoor beschreven is verstrekt. Van een Gegadigde wordt verwacht dat deze alle benodigde kennis heeft om op een correcte wijze een aanbestedingsprocedure te kunnen doorlopen in TenderNed. Zie voor handleidingen www.tenderned.nl/egids.

Aanbestedende dienst maakt gebruik van de volgende onderdelen van TenderNed:

- De berichtenmodule voor alle communicatie over deze aanbesteding.
- De vragenmodule voor alle vragen in het kader van deze aanbesteding.
- De digitale kluis voor het indienen van het verzoek tot deelneming.

Gebruik van TenderNed is geheel voor rekening en risico van de Gegadigde. De Aanbestedende dienst is niet verantwoordelijk voor storingen van de website www.tenderned.nl. Aanbestedende dienst adviseert Gegadigde om tijdig de gevraagde documenten te uploaden in TenderNed en hiermee niet tot het laatste moment te wachten.

Indien Gegadigde zich op TenderNed heeft geregistreerd en bij het downloaden van de aanbestedingsdocumenten van deze aanbesteding het vinkje 'houdt mij op de hoogte van deze aanbesteding' aanvinkt, dan ontvangt Gegadigde een notificatie van TenderNed als er nieuwe documenten door Aanbestedende dienst zijn geplaatst. Gegadigden die zich niet hebben geregistreerd op TenderNed, of niet het betreffende vinkje hebben aangevinkt, ontvangen geen notificatie.

3.3 Inlichtingenbijeenkomst

De Aanbestedende dienst organiseert een inlichtingenbijeenkomst op 8 oktober 2019. De inlichtingenbijeenkomst vindt plaats in Den Haag. De locatie wordt separaat doorgegeven.

Tijdens deze inlichtingenbijeenkomst wordt een toelichting gegeven op de raamovereenkomst en de procedure van de aanbesteding. Tijdens deze inlichtingenbijeenkomst is ook gelegenheid voor Gegadigden tot het stellen van vragen. Daarbij wordt wel opgemerkt dat de door Aanbestedende dienst mondeling gegeven antwoorden tijdens de bijeenkomst niet bindend zijn. Voor een bindend antwoord dient een Gegadigde een schriftelijke vraag te stellen op de wijze die is beschreven in paragraaf 3.4.

Per Gegadigde kunnen maximaal drie personen aan de inlichtingenbijeenkomst deelnemen. Aanmelden hiervoor kan tot uiterlijk 7 oktober 2019, 15.00 uur via de berichtenmodule van TenderNed. Vermeld hierbij de bedrijfsnaam en de namen van de personen die namens de Gegadigde naar de inlichtingenbijeenkomst komen.

Voor het gebruik van de berichtenmodule van TenderNed is eHerkenning vereist. Indien Gegadigde (nog) niet in het bezit is van eHerkenning, kan Gegadigde zich voor de inlichtingenbijeenkomst ook aanmelden door een e-mail te sturen naar Traffic@minaz.nl. Dit kan tot uiterlijk 7 oktober 2019, 15.00 uur. Gebruik in het onderwerpveld van de e-mail 'Aanmelding inlichtingenbijeenkomst Ea0076 en vermeld in de e-mail de bedrijfsnaam en de namen van de personen (maximaal drie) die namens de Gegadigde naar de inlichtingenbijeenkomst komen.

Als blijkt dat er te weinig belangstelling voor de inlichtingenbijeenkomst is, kan de Aanbestedende dienst besluiten deze te annuleren.

Tweede inlichtingenbijeenkomst over concurrentiegerichte dialoog

Voor de vier geselecteerde Gegadigden zal/zullen bij aanvang van de dialoofase (een) inlichtingenbijeenkomst(en) worden georganiseerd waarin de procedure van de concurrentiegerichte dialoog nader zal worden toegelicht.

3.4 Gelegenheid tot het stellen van vragen

Eventuele vragen over de inhoud en het proces van deze aanbesteding kan Gegadigde tot uiterlijk **10 oktober 2019, 12:00 uur** stellen. Gegadigde moet daarvoor de vragenmodule van TenderNed gebruiken.

Vragen die op een andere manier worden ingediend dan via de vragenmodule van TenderNed beantwoordt de Aanbestedende dienst niet. Alle vragen, de antwoorden daarop en eventuele wijzigingen maakt de Aanbestedende dienst geanonimiseerd bekend aan alle Gegadigden in een nota van inlichtingen. De nota van inlichtingen wordt uiterlijk op **18 oktober 2019** gepubliceerd op www.tenderned.nl. Gegadigden moeten de nota van inlichtingen zelf van deze website downloaden.

In verband met het geanonimiseerde karakter van de nota van inlichtingen verzoekt Aanbestedende dienst Gegadigden - voor zover dat mogelijk is - in de vraagstelling het gebruik van organisatienamen, productnamen en andere aan zijn organisatie gerelateerde namen zoveel mogelijk te vermijden.

3.5 Sluitingsdatum

Het verzoek tot deelneming moet uiterlijk **31 oktober 2019, 11.00 uur** ingediend zijn via de digitale kluis van TenderNed. Datum en tijd moeten als fatale termijn worden beschouwd, wat betekent dat verzoeken tot deelneming na genoemde datum en tijd niet meer kunnen worden ingediend in TenderNed. Het is niet toegestaan op andere wijze verzoeken tot deelneming in te dienen bij de Aanbestedende dienst.

Na de sluitingsdatum openen twee medewerkers van de Aanbestedende dienst de digitale kluis met de ingediende verzoeken tot deelneming op TenderNed. Gegadigden kunnen niet bij de opening van de kluis aanwezig zijn.

3.6 Indienen van een verzoek tot deelneming

De Gegadigde moet de volgende documenten en verklaringen uploaden in TenderNed in afzonderlijke bestanden (Word of PDF):

- Uniform Europees Aanbestedingsdocument (bijlage 1);
- Uittreksel Kamer van Koophandel (en/of andere documenten die dienen als bewijs van rechtsgeldige ondertekening, zie paragraaf 3.11);
- Terbeschikingsverklaring derde (indien van toepassing, zie paragraaf 3.8) (bijlage 2);
- Vijf referentieformulieren (bijlage 3A tot en met 3E).

Daarnaast verzoekt Aanbestedende dienst het geheel van de bovengenoemde documenten en verklaringen als één PDF-bestand aan te leveren. Dit PDF-bestand dient door Gegadigde te worden geüpload te worden onder tabblad 'documenten'.

Het verzoek tot deelneming moet volledig zijn en voldoen aan de bepalingen en gegevens in de aankondiging, de selectieleidraad en eventuele nota's van inlichtingen. De tekst van de verklaringen of bijlagen mag niet worden gewijzigd. Verzoeken tot deelneming worden alleen in behandeling genomen als ze volgens de voorschriften zijn opgemaakt en ingediend. Dit is om een eerlijke concurrentie te garanderen. Een verzoek tot deelneming die op een andere manier wordt aangeboden of die niet aan de voorwaarden voldoet, kan worden uitgesloten van verdere deelname aan de aanbesteding. In dat geval krijgt de Gegadigde hierover bericht met vermelding van de reden.

Akkoordverklaring

Door het indienen van een verzoek tot deelneming verklaart Gegadigde zich onvoorwaardelijk akkoord met (de opzet en inhoud van) de in deze selectieleidraad beschreven aanbestedingsprocedure.

3.7 Verzoek tot deelneming – zelfstandig of in combinatie

Ondernemingen/(rechts)personen kunnen zelfstandig of in combinatie met twee of meer ondernemingen/(rechts)personen een verzoek tot deelneming indienen. Een combinatie van ondernemingen/(rechts)personen geldt als één Gegadigde.

Indien een Gegadigde een combinatie is, dan dienen alle ondernemingen/(rechts)personen die deel uitmaken van die combinatie het Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA) volledig in te vullen en rechtsgeldig te ondertekenen.

Hierbij wordt specifiek aandacht gevraagd voor het volgende:

- In deel IIA onder het kopje 'wijze van deelneming' moeten alle ondernemingen/(rechts)personen van de combinatie worden benoemd, inclusief de rollen. Bepaal hierbij welke onderneming/(rechts)persoon binnen de combinatie als verantwoordelijk gevolmachtigde (penvoerder) optreedt namens de andere ondernemingen/(rechts)personen.
- Voor alle ondernemingen/(rechts)personen binnen de combinatie geldt individueel dat ze ingeschreven moeten zijn in het beroeps- of handelsregister of een buitenlandse variant daarvan volgens de wetgeving in het land van vestiging als bedoeld in paragraaf 3.11. Deze informatie moet in deel IIA worden ingevuld en het uittreksel van alle ondernemingen/(rechts)personen moet zijn bijgevoegd bij het verzoek tot deelneming.
- Voor alle ondernemingen/(rechts)personen binnen de combinatie geldt individueel dat de uitsluitingsgronden zoals aangegeven in deel III niet op hen van toepassing mogen zijn. De Aanbestedende dienst controleert de juistheid conform het gestelde in paragraaf 5.1.
- Voor de combinatie als geheel geldt dat ze moet voldoen aan de geschiktheidseis zoals beschreven in paragraaf 5.2. Dit betekent voor het UEA dat alle ondernemingen/(rechts)personen deel IV moeten invullen. Voor het aanleveren van referenties betekent dat deze afkomstig mogen zijn van alle ondernemingen/(rechts)personen binnen de combinatie.
- Door deel te nemen aan een combinatie en het ondertekenen van het UEA verklaart elke onderneming/(rechts)persoon zich zowel gezamenlijk als hoofdelijk aansprakelijk voor nakoming van verplichtingen die voortvloeien uit het verzoek tot deelneming en in voorkomend geval de inschrijving en overeenkomst.

3.8 Beroep op derde

Indien de Gegadigde een beroep wenst te doen op de bekwaamheid van een derde om aan de geschiktheidseisen te voldoen zoals beschreven in hoofdstuk 5, dan dient Gegadigde dat aan te geven in deel IIC van het UEA. Hierbij moet de Gegadigde toelichten op welke specifieke bekwaamheid van de derde dan een beroep wordt gedaan om te kunnen voldoen aan de geschiktheidseisen.

Daarnaast dient er bij een beroep op een derde de volgende documenten te worden gevoegd bij het verzoek tot deelneming. Deze zijn afkomstig van de derde (!) en dienen door de derde rechtsgeldig te worden ondertekend:

- een UEA, waarbij deel IIA en B en deel III is ingevuld;
- een verklaring van de derde als bedoeld in bijlage 2 Terbeschikingsverklaring derde.

De derde(n) op wiens bekwaamheid de Gegadigde een beroep heeft gedaan in het kader van de geschiktheidseisen, dient/dienen daadwerkelijk te worden ingezet tijdens de uitvoering van de raamovereenkomst. Het vervangen en/of niet langer inzetten van deze derde(n) tijdens de uitvoering is uitsluitend toegestaan met voorafgaande schriftelijke toestemming van de Opdrachtgever.

3.9 Inzet van onderaannemers

Gegadigden kunnen bij de uitvoering van de opdracht werkzaamheden laten uitvoeren door één of meer onderaannemers. Als op het moment van indienen van het verzoek tot deelneming bekend is dat onderaannemers worden ingezet bij uitvoering van de Opdracht, moet Gegadigde dit aangeven in deel IID van het UEA. Gedurende de looptijd van de raamovereenkomst mag Gegadigde onderaannemers slechts inzetten na toestemming van de Opdrachtgever, zie artikel 8, ARVODI-2018.

3.10 Eén verzoek tot deelname per onderneming/concern

Met het oog op de borging van de eerlijke mededinging in deze aanbesteding, mogen ondernemingen/(rechts)personen en concerns zich slechts eenmaal – al dan niet in een samenwerkingsverband met anderen – als Gegadigde aanmelden of slechts via één Gegadigde betrokken zijn als derde (zie paragraaf 3.8).

Voor de toepassing van deze bepaling worden in elk geval ondernemingen/(rechts)personen die voldoen aan de onderstaande voorwaarden als één concern beschouwd:

- a. ondernemingen/(rechts)personen die aan elkaar zijn gelieerd op een wijze als bedoeld in artikel 24a van boek 2 van het Burgerlijk Wetboek; of
- b. ondernemingen/(rechts)personen die met elkaar zijn verbonden in een groep als bedoeld in artikel 24b van boek 2 van het Burgerlijk Wetboek; of
- c. ondernemingen/(rechts)personen die aan elkaar zijn gelieerd in aan sub a of sub b vergelijkbare rechtsvormen naar buitenlands recht.

Mocht Aanbestedende dienst toch meerdere verzoeken tot deelneming ontvangen van ondernemingen binnen één concern (zoals hiervoor bedoeld), dan zullen deze verzoeken niet direct terzijde worden gelegd, maar zal/zullen betreffende onderneming(en) de kans krijgen om aan te tonen dat zij volstrekt onafhankelijk van elkaar opereren in het kader van deze aanbesteding en dat de mededinging hierdoor op geen enkele wijze is of zal worden beïnvloed.

Aanbestedende dienst behoudt zich het recht voor de verzoeken tot deelneming van ondernemingen die deel uitmaken van hetzelfde concern terzijde te leggen c.q. uit te sluiten, indien het voorgaande naar het oordeel van de Aanbestedende dienst onvoldoende is aangetoond en/of de Aanbestedende dienst gegronde vrees behoudt dat de mededinging op enige wijze zal worden beïnvloed doordat meerdere ondernemingen binnen één concern deelnemen. Tevens behoudt Aanbestedende dienst zich het recht voor om - in een latere fase van de aanbesteding - geselecteerde Gegadigden of inschrijvers die deel uitmaken van hetzelfde concern alsnog uit te sluiten indien alsnog gegronde vrees ontstaat dat geen sprake is van volstreekte onafhankelijkheid en/of dat de mededinging op enige wijze is of zal worden beïnvloed.

3.11 Ondertekening

Alle door Gegadigde te ondertekenen documenten moeten voorzien zijn van rechtsgeldige handtekeningen van een bevoegd vertegenwoordiger van de Gegadigde. De rechtsgeldigheid van de ondertekening moet blijken uit het uittreksel van de Kamer van Koophandel, een rechtsgeldige volmacht of inschrijving beroeps- of handelsregister in het land van vestiging of bij ontbreken daarvan een ander bewijsstuk als bedoeld in artikel 2.98 Aanbestedingswet. Wanneer in het beroeps- of handelsregister is opgenomen dat twee of meer personen slechts gezamenlijk vertegenwoordigingsbevoegd zijn, dan moeten de documenten ook door die twee of meer personen ondertekend worden. Wanneer er bij de bevoegdheid tot het vertegenwoordigen van de onderneming beperkingen zijn opgenomen, moet daar rekening mee gehouden worden.

Gegadigde wordt verzocht het uittreksel van de Kamer van Koophandel en (indien van toepassing) een volmacht direct mee te sturen met zijn verzoek tot deelneming. Controleer vooraf goed of de handtekeningen die gezet zijn op de verschillende documenten overeenkomen met de bevoegde personen vermeld in het uittreksel. Het in te dienen uittreksel van de Kamer van Koophandel dient up-to-date te zijn en mag in ieder geval niet ouder zijn dan zes (6) maanden gerekend vanaf de sluitingsdatum van het verzoek tot deelneming (zie paragraaf 3.1).

3.12 Nederlandse taal

Alle aanbestedingsstukken zijn in de Nederlandse taal gesteld. De voertaal tijdens de aanbestedingsprocedure en bij de uitvoering van de overeenkomst is de Nederlandse taal. Door Gegadigden in te dienen stukken moeten in de Nederlandse taal gesteld zijn. Indien de gevraagde informatie een officieel document betreft dat niet in het Nederlands beschikbaar is, dient naast het originele document een Nederlandse vertaling daarvan te worden bijgevoegd.

3.13 Voorbehouden van de Aanbestedende dienst

De Aanbestedende dienst behoudt zich te allen tijde het recht voor om de aanbestedingsprocedure op te schorten dan wel niet tot selectie over te gaan en/of de aanbestedingsprocedure tussentijds eenzijdig te beëindigen, zonder gehouden tot enige vorm van (schade)vergoeding. Gegadigden ontvangen in voorkomend geval schriftelijk bericht van de Aanbestedende dienst.

3.14 Kostenvergoeding

Gegadigden hebben geen recht op vergoeding van kosten die verband houden met het opstellen en indienen van het verzoek tot deelneming voor deze aanbesteding, ook niet in geval van opschorting of tussentijdse beëindiging als bedoeld in paragraaf 3.13.

Inschrijvers die de Opdracht in de inschrijvingsfase van deze aanbesteding niet gegund krijgen hebben recht op een vergoeding van kosten. Aan inschrijvers die in de inschrijvingsfase een geldige inschrijving hebben ingediend én de raamovereenkomst niet gegund krijgen, zal na afloop van deze aanbestedingsprocedure een vergoeding van € 15.000,- (inclusief btw) worden toegekend.

3.15 Intellectueel eigendom

Het intellectueel eigendom van de selectieleidraad berust bij de Aanbestedende dienst. Behoudens uitzonderingen door de wet gesteld, mag zonder schriftelijke toestemming van de Aanbestedende dienst niets uit de selectieleidraad worden veeelvoudigd anders dan voor het doel van deze aanbestedingsprocedure.

3.16 Staking van bedrijfsactiviteiten of overname

Als tijdens de aanbestedingsprocedure een Gegadigde de voor deze aanbesteding relevante bedrijfsactiviteit(en) moet staken of het bedrijf wordt overgenomen, dan moet Gegadigde de Aanbestedende dienst direct informeren. In dat geval behoudt de Aanbestedende dienst zich het recht voor deze Gegadigde uit te sluiten van deelname aan de procedure.

3.17 Onjuistheden in de selectieleidraad

De selectieleidraad is met zorg samengesteld. De Gegadigde moet de Aanbestedende dienst zo spoedig mogelijk, doch uiterlijk twaalf (12) kalenderdagen vóór de sluitingsdatum voor het indienen van het verzoek tot deelneming melden als er toch onvolkomenheden, procedurefouten en/of tegenstrijdigheden voorkomen. Voor het doen van een dergelijke melding kan uitsluitend de berichtenmodule van TenderNed gebruikt worden. Berichten die op een andere manier worden ingediend dan via TenderNed worden niet beantwoord. Na de hierboven vermelde termijn opgemerkte onvolkomenheden, procedurefouten en/of tegenstrijdigheden die niet eerder door Gegadigde zijn gemeld, zijn voor risico en rekening van Gegadigde. In dat geval heeft de Gegadigde ter zake zijn rechten verwerkt om hierop in een later stadium alsnog een beroep te doen.

3.18 Nederlands recht en geschillen

Op deze aanbesteding is Nederlands recht van toepassing. Voor alle geschillen die verband houden met deze aanbesteding en de overeenkomst die op grond van de aanbesteding wordt gesloten, is de rechtbank Den Haag de bevoegde rechtelijke instantie.

4 BEOORDELING FORMELE EISEN

Voordat het verzoek tot deelneming inhoudelijk wordt beoordeeld voor de selectie (hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6), wordt eerst bekeken of het verzoek geldig is. Dat betekent dat er wordt getoetst aan de formele eisen zoals beschreven in hoofdstuk 3. Indien het verzoek tot deelneming op een of meerdere onderdelen niet voldoet, dan kan de Aanbestedende dienst het verzoek ongeldig verklaren en niet verder meenemen in de beoordeling.

Onverminderd de overige eisen die voortvloeien uit hoofdstuk 3, wordt speciale aandacht gevraagd voor de volgende eisen:

- Het verzoek tot deelneming moet tijdig ontvangen zijn conform paragraaf 3.5.
- Het verzoek tot deelneming moet rechtsgeldig ondertekend zijn conform paragraaf 3.11.
- Het verzoek tot deelneming moet opgesteld zijn in het Nederlands conform paragraaf 3.12.
- Het verzoek tot deelneming moet volledig en volgens de voorschriften zijn opgesteld conform paragraaf 3.6.

Indien het verzoek tot deelneming ongeldig wordt verklaard op basis van de formele eisen zoals gesteld in hoofdstuk 3, dan informeert de Aanbestedende dienst Gegadigde hierover zo spoedig mogelijk.

5 UITSLUITINGSGRONDEN EN GESCHIKTHEID

In dit hoofdstuk worden de uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen beschreven die aan Gegadigde worden gesteld. Bij elke eis wordt aangegeven welke documenten moeten worden overgelegd als onderdeel van het verzoek tot deelneming dan wel welke documenten pas later tijdens de verificatie als bedoeld in paragraaf 7.1 van de geselecteerde Gegadigden worden verlangd.

Indien een Gegadigde niet voldoet aan de gestelde uitsluitingsgronden of geschiktheidseisen dan wordt zijn verzoek tot deelneming terzijde gelegd en niet verder beoordeeld.

5.1 Uitsluitingsgronden

Gegadigde moet verklaren dat geen van de uitsluitingsgronden zoals beschreven in deel III A, B en C van het UEA op hem van toepassing is door bijlage 1 UEA volledig in te vullen en rechtsgeldig te ondertekenen. Als toelichting op de uitsluitingsgrond 'ernstige beroepsfout' zoals bedoeld in deel IIIC van het UEA wordt opgemerkt dat een boete opgelegd door de ACM als indicatie van een beroepsfout wordt gezien.

De Aanbestedende dienst zal de juistheid van het volledig ingevulde UEA van de geselecteerde Gegadigden controleren door het opvragen van de bijbehorende bewijsmiddelen. Het gaat om de volgende documenten:

1. Een gedragsverklaring aanbesteden afgegeven door het ministerie van Justitie en Veiligheid. De gedragsverklaring aanbesteden mag niet ouder zijn dan twee (2) jaar, gerekend vanaf de sluitingsdatum van indiening van het verzoek tot deelneming.
2. Een verklaring van de Belastingdienst met betrekking tot betaling van sociale zekerheidspremies en belastingen. De verklaring mag niet ouder zijn dan zes (6) maanden, gerekend vanaf de sluitingsdatum van indiening van het verzoek tot deelneming.

5.2 Geschiktheidseisen

Geschiktheidseisen zijn bedoeld om vast te stellen of de onderneming van Gegadigde geschikt is om de gevraagde Opdracht zoals beschreven in de selectieleidraad uit te voeren. De Gegadigde dient bij deel IV van het UEA te verklaren dat hij aan de gestelde geschiktheidseisen voldoet en – als bewijs daarvan – de ingevulde referentieformulieren van bijlage 3A tot en met 3E in te dienen. De Aanbestedende dienst heeft voor deze aanbesteding de hieronder in paragraaf 5.2.1 gestelde eisen geformuleerd.

5.2.1 Technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid

De Aanbestedende dienst verzoekt Gegadigde om aan de hand van zijn referenties aan te tonen dat hij beschikt over de kerncompetenties die nodig zijn voor de uitvoering van deze Opdracht, door gebruik te maken van het format in bijlage 3A tot en met 3E. Gegadigde dient voor elke competentie een referentieopdracht te overleggen. Een referentie mag voor maximaal twee kerncompetenties gebruikt worden⁶. Alle referentieformulieren moeten door de referent ondertekend worden, om de betrouwbaarheid van de inhoud van de referentie te vergroten en daarmee de gelijke behandeling van Gegadigden bij beoordeling te garanderen.

Conform het gestelde in paragraaf 3.8 kan Gegadigde zich beroepen op de technische bekwaamheid van een derde.

⁶ Let op: indien één referentie voor twee kerncompetenties wordt gebruikt, dient u toch twee referentieformulieren te gebruiken.

Door indiening van een referentie geeft de Gegadigde aan de Aanbestedende dienst toestemming om de referentie nader te verifiëren.

De Gegadigde wordt gevraagd om door middel van zijn referenties de volgende kerncompetenties aan te tonen:

5.2.1.1 Kerncompetentie K1: Data-analyse ten behoeve van mediastrategie

De Aanbestedende dienst vraagt een referentie (zie bijlage 3A) waarin Gegadigde ervaring aantoont met de toepassing van data-analyse voor mediastrategie ten behoeve van een campagne. De referentie moet voldoen aan de volgende voorwaarden:

- De opdracht betreft (in ieder geval) het opstellen van een mediastrategie ten behoeve van een campagne waarbij de voorgestelde keuzes zijn onderbouwd met een data-analyse van in de markt vrij beschikbare bronnen (zoals bijvoorbeeld NOM-data, CBS-data, SCP-data enzovoort), eventueel aangevuld met eigen data (van het mediabureau of van adverteerder).
- Er is in de data-analyse gebruik gemaakt van meerdere (ten minste drie) vrij beschikbare bronnen.
- De opdracht betreft (in ieder geval) het opstellen van een mediastrategie waarbij het mediaplan daadwerkelijk is uitgevoerd.
- De mediastrategie is na 1 januari 2017 opgeleverd.

5.2.1.2 Kerncompetentie K2: Online media inkopen en optimaliseren

De Aanbestedende dienst vraagt een referentie (zie bijlage 3B) waarin Gegadigde ervaring aantoont met het geautomatiseerd inkopen en optimaliseren van online media. De referentie moet voldoen aan de volgende voorwaarden:

- De opdracht betreft de inkoop en optimalisatie van een awareness campagne gericht op het Nederlandse publiek met een gemiddeld netto/netto mediabudget per maand ter waarde van minimaal € 15.000,-.
- Het volledige budget van de awareness campagne is middels een DSP-seat uitgeplaatst bij minimaal twee exploitanten die zich (al dan niet exclusief) richten op de Nederlandse markt.
- De viewability is doorgemeten en gerapporteerd conform IAB norm of strenger.
- De inkoop en optimalisatie is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017.

5.2.1.3 Kerncompetentie K3: Het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media

De Aanbestedende dienst vraagt een referentie (zie bijlage 3C) waarin Gegadigde ervaring aantoont met het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media.

De referentie moet voldoen aan de volgende voorwaarden:

- De opdracht betreft de inkoop en optimalisatie van een Facebookcampagne met een gemiddeld budget per maand ter waarde van minimaal € 10.000,- exclusief btw.
- De opdracht is kwantitatief geëvalueerd op impact (=effect/bereik) en/of brandawareness (CPCV3sec) en/of link-clicks (CPCLink).
- De opdracht is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017.

5.2.1.4 Kerncompetentie K4: Ontwikkelen en uitwerken van een crossmediale campagne

De Aanbestedende dienst vraagt een referentie (zie bijlage 3D) waarin Gegadigde ervaring aantoont met het ontwikkelen en uitwerken van een crossmediale campagne.

De referentie moet voldoen aan de volgende voorwaarden:

- De opdracht betreft het ontwikkelen en uitwerken van een crossmediale campagne met in ieder geval de inzet van online media en televisie en ten minste nog één ander mediumtype.
- De betreffende campagne heeft een netto/netto mediabudget van minimaal € 500.000,- dat binnen een periode van twaalf maanden is ingezet.
- De campagne heeft (ook) een gedragsdoelstelling en/of een conversiedoelstelling en/of een call-to-action-doelstelling.
- De campagne is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017.
- De campagne is kwantitatief geëvalueerd.

5.2.1.5 Kerncompetentie K5: Inzet SEA en SEO

De Aanbestedende dienst vraagt een referentie (zie bijlage 3E) waarin Gegadigde ervaring aantoont met de inzet van betaalde (SEA) en organische (SEO) vindbaarheid van een site. De referentie moet voldoen aan de volgende voorwaarden:

- De opdracht betreft de inzet van SEA en SEO met een gemiddeld netto/netto zoekwoordenbudget per maand ter waarde van minimaal € 10.000,-.
- De opdracht betreft een campagne waarbij gerapporteerd is op positie en CPM.
- De opdracht betreft een campagne waarbij is gerapporteerd over de bouncerate en de waarde van de bezoekers (activiteit op de site).
- De opdracht is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017.

5.2.2 Beroepsbevoegdheid

De Gegadigde moet ingeschreven zijn in het beroeps- of handelsregister of een buitenlandse variant daarvan volgens de geldende wetgeving in zijn land van vestiging. Hiertoe dient deel IIA van het UEA worden ingevuld. Om de rechtsgeldige ondertekening vast te stellen op basis van paragraaf 3.11 dient het uittreksel van de Kamer van Koophandel alvast onderdeel uit te maken van het verzoek tot deelneming.

6 SELECTIECRITERIA

In dit hoofdstuk staan de selectiecriteria beschreven ter bepaling van het maximaal aantal van vier Gegadigden die worden uitgenodigd voor de dialoofase en inschrijvingsfase van de aanbesteding. Alleen Gegadigden die voldoen aan de formele eisen in hoofdstuk 4 en de uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen in hoofdstuk 5 komen voor een beoordeling van de selectiecriteria in aanmerking. Deze criteria zijn dus bedoeld om Gegadigden te wege en kunnen niet meer leiden tot het ongeldig verklaren van een verzoek tot deelneming.

Indien het aantal Gegadigden wat voldoet aan de formele eisen, de uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen lager of gelijk is aan het maximaal aantal Gegadigden voor de dialoofase en inschrijvingsfase, dan zal de Aanbestedende dienst de selectiecriteria niet meer toepassen en gelijk overgaan tot het nemen van de selectiebeslissing, mits het aantal Gegadigden voldoende is om de mededinging te waarborgen.

6.1 Uitwerking selectiecriteria

Onverminderd alle eisen en voorwaarden zoals opgenomen in deze selectieleidraad zal selectie plaatsvinden op basis van de volgende drie selectiecriteria, die corresponderen met de kerncompetenties uit paragraaf 5.2.1:

1. Kerncompetentie K1: Data-analyse ten behoeve van mediastrategie
2. Kerncompetentie K2: Online media inkopen en optimaliseren
3. Kerncompetentie K3: Het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media

De beoordelingscommissie zal Gegadigden op deze selectiecriteria beoordelen aan de hand van dezelfde referenties die zij hebben ingediend om hun (minimum) geschiktheid op de daarmee corresponderende kerncompetenties aan te tonen (zie paragraaf 5.2.1). Voorwerp van beoordeling zal derhalve zijn de door de Gegadigde in de betreffende referentieformulieren (formats in bijlagen 3A tot en met 3C) gegeven onderbouwing. Per selectie criterium zal de mate waarin (de onderbouwingen van) de referenties blijken te geven van (relevante) ervaring en kundigheid van Gegadigde beoordeeld worden, waarbij gelet zal worden op de hieronder per criterium benoemde aspecten.

K1 Beoordeling Kerncompetentie 1: Data-analyse ten behoeve van Mediastrategie

Bij het beoordelen van deze kerncompetentie (zie bijlage 3A) wordt op de volgende aspecten gelet:

- De wijze waarop de campagnedoelstellingen zijn vertaald naar een plan voor data-analyse.
- De wijze waarop de inzichten verkregen uit de data-analyse zijn vertaald naar strategische media-keuzes.
- De wijze waarop de inzichten verkregen uit de data-analyse zijn ingezet voor het bepalen van mediadoelstellingen.
- De relevantie van de gebruikte vrij beschikbare bronnen.

K2 Beoordeling Kerncompetentie 2: Online media inkopen en optimaliseren

Bij het beoordelen van deze kerncompetentie (zie bijlage 3B) wordt op de volgende aspecten gelet:

- De gemaakte online inkoop keuzes en de onderbouwing hiervan.
- De wijze waarop de online inkoop keuzes zijn doorvertaald naar KPI's voor de optimalisatie.
- De mate waarin de gerealiseerde viewability zich verhoudt tot de vooraf gestelde viewability-prognose.

K3 Beoordeling Kerncompetentie 3: Het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media

Bij het beoordelen van deze kerncompetentie (zie bijlage 3C) wordt op de volgende aspecten gelet:

- De onderbouwing van de gekozen evaluatie-criteria en de gekozen optimalisatie-KPI's.
- De onderbouwing van de keuze welke doelgroep getarget is (of doelgroepen getarget zijn).

6.2 Beoordeling selectiecriteria

De Aanbestedende dienst heeft een beoordelingscommissie samengesteld voor het beoordelen van de verzoeken tot deelneming op de selectiecriteria (aan de hand van drie kerncompetenties). De verzoeken tot deelneming worden door alle leden van de beoordelingscommissie onafhankelijk van elkaar beoordeeld en ieder lid van de beoordelingscommissie schrijft zijn/haar beoordeling op zijn/haar eigen beoordelingsformulier. Vervolgens vindt een plenaire beoordelingssessie plaats onder leiding van de projectleider van deze aanbesteding. Zodra consensus is bereikt, drukt de beoordelingscommissie de beoordeling uit in een gezamenlijke puntenwaardering. De projectleider legt de score vast op het gezamenlijk beoordelingsformulier.

De beoordelingscommissie kent aan ieder van de drie kerncompetenties een score toe op basis van onderstaande tabel:

Score	Waardering	Punten
A	Uitstekend	10
B	Goed	8
C	Ruim voldoende	6
D	Voldoende	4
E	Onvoldoende	2
F	Slecht/ontbreekt	0

Niet iedere selectiecriteria weegt even zwaar mee bij het bepalen van de eindscore. In onderstaande tabel staat aangegeven welke weging is toegekend aan de selectiecriteria.

	Punten maximaal	Weging kerncompetentie	Maximaal te behalen score
Kerncompetentie K1: Data-analyse ten behoeve van mediastrategie	10	4,0	40
Kerncompetentie 2: Online media inkopen en optimaliseren	10	3,5	35
Kerncompetentie 3: Het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media	10	2,5	25
Maximaal te behalen score totaal			100

Indien twee of meer Gegadigden gelijk eindigen op de laatste plaats in de rangorde die nog toegang geeft tot de dialoof fase (en inschrijvingsfase) van de aanbesteding, dan komt de Gegadigde met de hoogste totaalscore op selectiecriteria K1 hoger in de rangorde. Indien ook op dit selectiecriteria de score gelijk is, dan wordt aan de hand van de hoogste totaalscore op selectiecriteria K2 bepaald welke Gegadigde wordt toegelaten tot de dialoof fase (en inschrijvingsfase). Is de score op alle selectiecriteria identiek, dan bepaalt een loting welke Gegadigde wordt toegelaten tot de dialoof fase (en inschrijvingsfase).

7 VERIFICATIE EN SELECTIEBESLISSING

7.1 Verificatie

De Aanbestedende dienst zal bewijsvoering opvragen voor de informatie die de Gegadigde in het kader van deze aanbestedingsprocedure gegeven heeft. Om de administratieve last te beperken zal de Aanbestedende dienst in eerste instantie aan Gegadigden alleen het UEA vragen in plaats van alle bewijsstukken. De bewijsstukken die vallen onder het UEA met uitzondering van de referenties en het uittreksel van de Kamer van Koophandel, worden in principe alleen opgevraagd bij de Gegadigden die op basis van de beoordeling in aanmerking komt om te worden geselecteerd voor de dialoofase en inschrijvingsfase. De bewijsvoering dient binnen twintig kalenderdagen na ontvangst van de mededeling van de selectiebeslissing via TenderNed te worden aangeleverd. Dit kan door middel van het uploaden van een PDF. Als blijkt dat de Gegadigde geen bewijsvoering kan leveren of onjuiste informatie heeft gegeven, kan dit alsnog leiden tot uitsluiting van de aanbestedingsprocedure.

7.2 Mededeling selectiebeslissing

De Aanbestedende dienst maakt de selectiebeslissing zo snel mogelijk schriftelijk bekend. Alle Gegadigden worden door de Aanbestedende dienst gelijktijdig bericht over de selectiebeslissing. De afgewezen Gegadigden ontvangen via de berichtenmodule van TenderNed een brief met de relevante redenen van deze beslissing en de namen van de geselecteerde Gegadigden.

De Aanbestedende dienst neemt een standstill periode van twintig (20) kalenderdagen in acht, na de dag van verzending van de mededeling van de selectiebeslissing. Indien een gegadigde bezwaar heeft tegen de selectiebeslissing, dan dient Gegadigde binnen deze termijn een kort geding aanhangig te hebben gemaakt, wat moet blijken uit toezending van een kopie van het exploit van dagvaarding. In dat geval zal de Aanbestedende dienst niet tot de dialoofase overgaan voordat vonnis is gewezen. De termijn van twintig kalenderdagen geldt als een vervaltermijn. Indien niet binnen deze termijn een kort geding aanhangig is gemaakt, kunnen Gegadigden geen bezwaar meer maken en hebben zij hun rechten ter zake verwerkt. De Aanbestedende dienst is in dat geval dan ook vrij om te starten met de dialoofase van de aanbesteding. De betreffende Gegadigde heeft in dat geval bovendien zijn rechten verwerkt om eventueel in een (bodem)procedure alsnog een vordering tot schadevergoeding met betrekking tot de beslissing in te stellen. Deze Gegadigde heeft dan immers om hem moverende redenen geen gebruik gemaakt van zijn mogelijkheid om via een spoedvoorziening zijn eventuele rechten veiliggesteld te zien. Een daarvan afgeleide actie tot schadevergoeding met betrekking tot de beslissing behoort dan eveneens niet meer mogelijk te zijn.

BIJLAGE 1 UNIFORM EUROPEES AANBESTEDINGSDOCUMENT

Zie separaat PDF-bestand.

BIJLAGE 2 TERBESCHIKKINGSVERKLARING DERDE

- Niet van toepassing.
- Indien van toepassing, vul onderstaande verklaring volledig in.

Lees paragraaf 3.8 om te bepalen of deze verklaring moet worden ondertekend en bijgevoegd bij het verzoek tot deelneming.

VERKLARING DERDE	
Omschrijving van de technische/beroepsbekwaamheid van derde	[omschrijf welke eis het betreft]
Verklaring derde	Ondergetekende verklaart bij de uitvoering van de opdracht haar technische/beroepsbekwaamheid in te zetten ten behoeve van Gegadigde. Gegadigde kan daarbij daadwerkelijk beschikken over: [ervaring invullen m.b.t. hetgeen van toepassing is]

Ondertekening derde	
Bedrijfsnaam en eventueel rechtsvorm	
Naam rechtsgeldige vertegenwoordiger	
Functie	
Handtekening rechtsgeldige vertegenwoordiger derde	
Plaats, datum	

Lees paragraaf 3.11 ter voorkoming van ongeldige ondertekening

BIJLAGE 3A REFERENTIEFORMULIER

Toelichting	<p>Per referentieopdracht vult u één formulier in. U mag bij de opdrachtomschrijving maximaal 2.500 woorden (inclusief het aantal woorden in eventueel toegevoegde tabellen en illustraties) gebruiken. U dient zich strikt aan dit omvangvoorschrift te houden. Ingevulde referentieformulieren die niet voldoen aan het omvangvoorschrift zullen terzijde worden gelegd en zullen niet in de (verdere) beoordeling worden meegenomen.</p> <p>De referent moet akkoord zijn met de opgegeven referentieopdracht door ondertekening van het referentieformulier in het daartoe bestemde vak.</p>
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Referentieopdracht voor kerncompetentie K1: Data-analyse ten behoeve van mediastrategie	
Controlevragen (indien nee wordt geantwoord, voldoet de referenties niet aan de gestelde eisen. Hiermee voldoet Gegadigde niet aan de geschiktheidseisen.)	
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft (onder meer) het opstellen van een mediastrategie ten behoeve van een campagne waarbij de voorgestelde keuzes zijn onderbouwd met een data-analyse van in de markt vrij beschikbare bronnen (zoals bijvoorbeeld NOM data, CBS-data, SCP-data enzovoort), eventueel aangevuld met eigen data (van bureau of van adverteerder). 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> Er is in de data-analyse gebruik gemaakt van meerdere (ten minste drie) vrij beschikbare bronnen. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft (onder meer) het opstellen van een mediastrategie waarbij het mediaplan daadwerkelijk is uitgevoerd. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De mediastrategie is na 1 januari 2017 opgeleverd. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Adres- en contactgegevens	
Opdrachtgever	
Adres	
Postcode en plaats	
Contactpersoon	
Functie	
Telefoonnummer	
E-mailadres	

Algemene informatie	
Gewerkt in combinatie	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Gewerkt met onderaannemers	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Indien gewerkt in combinatie of met onderaannemers: welk gedeelte (of %) is door Gegadigde uitgevoerd?	
Opdrachtwaarde	€
Algemene beschrijving organisatie opdrachtgever	
Omschrijving opdracht	
Let op: zorg ervoor dat u alle beoordelingsaspecten (zie paragraaf 5.2.1.1 onder kerncompetentie K1) aan bod laat komen. Uit deze omschrijving dient tevens te blijken dat wordt voldaan aan de gestelde eisen uit de kerncompetentie.	
Onderwerp van de opdracht (inclusief campagnedoelstellingen)	
Beschrijving van het plan voor data analyse (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes)	
Beschrijving van de gebruikte (data)bronnen (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Beschrijving van de doorvertaling van de inzichten uit de data-analyse naar strategische mediakeuzes (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Beschrijving van de doorvertaling van de inzichten uit de data-analyse naar mediadoelstellingen (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Overige relevante informatie	

Ondertekening referent	
Bedrijfsnaam	
Naam / Functie vertegenwoordiger	
Handtekening vertegenwoordiger	
Plaats, datum	

BIJLAGE 3B REFERENTIEFORMULIER

Toelichting	<p>Per referentieopdracht vult u één formulier in. U mag bij de opdrachtomschrijving maximaal 2.000 woorden (inclusief het aantal woorden in eventueel toegevoegde tabellen en illustraties) gebruiken. U dient zich strikt aan dit omvangvoorschrift te houden. Inge vulde referentieformulieren die niet voldoen aan het omvangvoorschrift zullen terzijde worden gelegd en zullen niet in de (verdere) beoordeling worden meegenomen.</p> <p>De referent moet akkoord zijn met de opgegeven referentieopdracht door ondertekening van het referentieformulier in het daartoe bestemde vak.</p>
--------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Referentieopdracht voor kerncompetentie K2: Online media inkopen en optimaliseren	
Controlevragen (indien nee wordt geantwoord, voldoet de referenties niet aan de gestelde eisen. Hiermee voldoet Gegadigde niet aan de geschiktheidseisen.)	
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft de inkoop en optimalisatie van een awareness campagne gericht op het Nederlandse publiek met een gemiddeld netto/netto mediabudget per maand ter waarde van minimaal € 15.000,-. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> Het volledige budget van de awareness campagne is middels een DSP-seat uitgeplaatst bij minimaal twee exploitanten die zich (al dan niet exclusief) richten op de Nederlandse markt. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De viewability is doorgemeten en gerapporteerd conform IAB norm of strenger. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De inkoop en optimalisatie is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Adres- en contactgegevens	
Opdrachtgever	
Adres	
Postcode en plaats	
Contactpersoon	
Functie	
Telefoonnummer	
E-mailadres	

Algemene informatie	
Gewerkt in combinatie	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Gewerkt met onderaannemers	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Indien gewerkt in combinatie of met onderaannemers: welk gedeelte (of %) is door Gegadigde uitgevoerd?	
Gemiddelde opdrachtwaarde per maand	€
Algemene beschrijving organisatie opdrachtgever	
Omschrijving opdracht	
Let op: zorg ervoor dat u alle beoordelingsaspecten (zie paragraaf 5.2.1.2 onder kerncompetentie K2) aan bod laat komen. Uit deze omschrijving dient tevens te blijken dat wordt voldaan aan de gestelde eisen uit de kerncompetentie.	
Onderwerp van de opdracht (inclusief doelstellingen)	
Omschrijving van de gemaakte online inkoop keuzes (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Beschrijving van de doorvertaling van de online inkoop keuzes naar KPI's voor de optimalisatie (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Beschrijving van de gerealiseerde viewability in relatie tot de vooraf gestelde viewability-prognose.	
Overige relevante informatie	

Ondertekening referent	
Bedrijfsnaam	
Naam / Functie vertegenwoordiger	
Handtekening vertegenwoordiger	
Plaats, datum	

BIJLAGE 3C REFERENTIEFORMULIER

Toelichting	<p>Per referentieopdracht vult u één formulier in. U mag bij de opdrachtschrijving maximaal 2.000 woorden (inclusief het aantal woorden in eventueel toegevoegde tabellen en illustraties) gebruiken. U dient zich strikt aan dit omvangvoorschrift te houden. Inge vulde referentieformulieren die niet voldoen aan het omvangvoorschrift zullen terzijde worden gelegd en zullen niet in de (verdere) beoordeling worden meegenomen.</p> <p>De referent moet akkoord zijn met de opgegeven referentieopdracht door ondertekening van het referentieformulier in het daartoe bestemde vak.</p>
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Referentieopdracht voor kerncompetentie K3: Het inkopen en optimaliseren van een campagne op social media

Controlevragen (indien nee wordt geantwoord, voldoet de referenties niet aan de gestelde eisen. Hiermee voldoet Gegadigde niet aan de geschiktheidseisen.)

<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft de inkoop en optimalisatie van een Facebookcampagne met een gemiddeld budget per maand ter waarde van minimaal € 10.000,- exclusief btw. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht is kwantitatief geëvalueerd op impact (=effect/bereik) en/of brandawareness (CPCV3sec) en/of link-clicks (CPClick). 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee

Adres- en contactgegevens

Opdrachtgever	
Adres	
Postcode en plaats	
Contactpersoon	
Functie	
Telefoonnummer	
E-mailadres	

Algemene informatie	
Gewerkt in combinatie	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Gewerkt met onderaannemers	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Indien gewerkt in combinatie of met onderaannemers: welk gedeelte (of %) is door Gegadigde uitgevoerd?	
Gemiddelde opdrachtwaarde per maand	€
Algemene beschrijving organisatie opdrachtgever	
Omschrijving opdracht	
Let op: zorg ervoor dat u alle beoordelingsaspecten (zie paragraaf 5.2.1.3 onder kerncompetentie K3) aan bod laat komen. Uit deze omschrijving dient tevens te blijken dat wordt voldaan aan de gestelde eisen uit de kerncompetentie.	
Onderwerp van de opdracht (inclusief doelstellingen)	
Beschrijving van de evaluatie-criteria en de gekozen optimalisatie KPI's (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Beschrijving van de doelgroep(en) die getarget is (zijn) (inclusief verantwoording en onderbouwing van de gemaakte keuzes).	
Ondertekening referent	
Bedrijfsnaam	
Naam / Functie vertegenwoordiger	
Handtekening vertegenwoordiger	
Plaats, datum	

BIJLAGE 3D REFERENTIEFORMULIER

Toelichting	<p>Per referentieopdracht vult u één formulier in. U mag bij de opdrachtschrijving maximaal 500 woorden (inclusief het aantal woorden in eventueel toegevoegde tabellen en illustraties) gebruiken. U dient zich strikt aan dit omvangvoorschrift te houden. Ingevulde referentieformulieren die niet voldoen aan het omvangvoorschrift zullen terzijde worden gelegd en zullen niet in de (verdere) beoordeling worden meegenomen.</p> <p>De referent moet akkoord zijn met de opgegeven referentieopdracht door ondertekening van het referentieformulier in het daartoe bestemde vak.</p>
--------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Referentieopdracht voor kerncompetentie K4: Ontwikkelen en uitwerken van een crossmediale campagne	
Controlevragen (indien nee wordt geantwoord, voldoet de referenties niet aan de gestelde eisen. Hiermee voldoet Gegadigde niet aan de geschiktheidseisen.)	
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft het ontwikkelen en uitwerken van een crossmediale campagne met in ieder geval de inzet van online media en televisie en ten minste nog één ander mediumtype. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De betreffende campagne heeft een netto/netto mediabudget van minimaal € 500.000,- dat binnen een periode van twaalf maanden is ingezet. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De campagne heeft (ook) een gedragsdoelstelling en/of een conversiedoelstelling en/of een call-to-action-doelstelling. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De campagne is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De campagne is kwantitatief geëvalueerd. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Adres- en contactgegevens	
Opdrachtgever	
Adres	
Postcode en plaats	
Contactpersoon	
Functie	
Telefoonnummer	
E-mailadres	

Algemene informatie	
Gewerkt in combinatie	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Gewerkt met onderaannemers	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Indien gewerkt in combinatie of met onderaannemers: welk gedeelte (of %) is door Gegadigde uitgevoerd?	
Algemene beschrijving organisatie opdrachtgever	
Omschrijving opdracht	
Opdrachtbeschrijving	[In dit veld geeft u een beschrijving van de referentieopdracht in maximaal 1.000 woorden, waaruit moet blijken dat wordt voldaan aan de gestelde eisen uit de kerncompetentie.]

Ondertekening referent	
Bedrijfsnaam	
Naam / Functie vertegenwoordiger	
Handtekening vertegenwoordiger	
Plaats, datum	

BIJLAGE 3E REFERENTIEFORMULIER

Toelichting	<p>Per referentieopdracht vult u één formulier in. U mag bij de opdrachtschrijving maximaal 500 woorden (inclusief het aantal woorden in eventueel toegevoegde tabellen en illustraties) gebruiken. U dient zich strikt aan dit omvangvoorschrift te houden. Inge vulde referentieformulieren die niet voldoen aan het omvangvoorschrift zullen terzijde worden gelegd en zullen niet in de (verdere) beoordeling worden meegenomen.</p> <p>De referent moet akkoord zijn met de opgegeven referentieopdracht door ondertekening van het referentieformulier in het daartoe bestemde vak.</p>
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Referentieopdracht voor kerncompetentie K5: Inzet SEA en SEO	
Controlevragen (indien nee wordt geantwoord, voldoet de referenties niet aan de gestelde eisen. Hiermee voldoet Gegadigde niet aan de geschiktheidseisen.)	
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft de inzet van SEA en SEO met een gemiddeld netto/netto zoekwoordenbudget per maand ter waarde van minimaal € 10.000,-. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft een campagne waarbij gerapporteerd is op positie en CPM. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht betreft een campagne waarbij is gerapporteerd over de bounce-rate en de waarde van de bezoekers (activiteit op de site). 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
<ul style="list-style-type: none"> De opdracht is in zijn geheel uitgevoerd en afgerond na 1 januari 2017. 	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Adres- en contactgegevens	
Opdrachtgever	
Adres	
Postcode en plaats	
Contactpersoon	
Functie	
Telefoonnummer	
E-mailadres	

Algemene informatie	
Gewerkt in combinatie	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Gewerkt met onderaannemers	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
Indien gewerkt in combinatie of met onderaannemers: welk gedeelte (of %) is door Gegadigde uitgevoerd?	
Algemene beschrijving organisatie opdrachtgever	
Omschrijving opdracht	
Opdrachtbeschrijving	[In dit veld geeft u een beschrijving van de referentieopdracht in maximaal 1.000 woorden, waaruit moet blijken dat wordt voldaan aan de gestelde eisen uit de kerncompetentie.]

Ondertekening referent	
Bedrijfsnaam	
Naam / Functie vertegenwoordiger	
Handtekening vertegenwoordiger	
Plaats, datum	

BIJLAGE 4 DEELNEMENDE ORGANISATIES

Ministerie van Algemene Zaken

- Bestuursdepartement
- WRR
- DPC

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

- Kerndepartement en de aangesloten onderdelen, m.u.v. RCN

Ministerie van Buitenlandse Zaken

- Europese Samenwerking
- Internationale Samenwerking
- Politieke Zaken
- Buitenlandse Economische betrekkingen
- De pSG kolom

Ministerie van Defensie

- Bestuursdepartement
- Mediacentrum Defensie (MCD)
- Koninklijke Marine
- Koninklijke Landmacht
- Koninklijke Luchtmacht
- Koninklijke Marechaussee
- Commando Diensten Centra inclusief agentschappen (CDC)
- Defensie Materieel Organisatie inclusief agentschappen (DMO)

Ministerie van Economische Zaken

- Kerndepartement (incl. NCG)
- Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl)
- Dienst ICT uitvoering (DICTU)
- Agentschap Telecom (AT)
- Autoriteit Consument en Markt (ACM)
- Centraal Plan Bureau (CPB)
- Staatstoezicht op de Mijnen (SodM)
- Nederlandse Emissieautoriteit (NEa)

Ministerie van Financiën

- Bestuursdepartement
- Domeinen Roerende Zaken
- Belastingdienst

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

- Bestuursdepartement
- Inspectie leefomgeving en transport (ILT)
- Koninklijk Nederlands Meteorologisch Instituut (KNMI)
- Planbureau voor de leefomgeving (PBL)
- Autoriteit Nucleaire Veiligheid en Stralingsbescherming (ANVS)
- Rijkswaterstaat (RWS)

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

- Kerndepartement
- Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA)

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

- Bestuursdepartement
- Dienst Uitvoering Onderwijs (DUO)
- Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE)
- Nationaal Archief (NA)
- Inspectie van het Onderwijs (IvHO)
- Erfgoedinspectie (EGI)
- Raad voor Cultuur (RvC)
- Onderwijsraad (OR)
- Adviesraad voor het Wetenschaps- en Technologiebeleid (AWT)
- College voor Examens (CVE)

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid:

- Bestuursdepartement
- Inspectie SZW

Ministerie van Justitie en Veiligheid

- Bestuursdepartement (BD, inclusief Dienst Justis)
- Dienst Justitiële inrichtingen (DJI)
- Nederlands Forensisch Instituut (NFI)
- Raad voor de Kinderbescherming (RvdK)
- Centraal Justitieel Incassobureau (CJIB)
- Openbaar Ministerie (OM)
- Immigratie- en Naturalisatiedienst (IND)
- Dienst Terugkeer en Vertrek (DT&V)
- Centraal Orgaan opvang Asielzoekers (COA)

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

LIJST MET VRIJWILLIG DEELNEMENDE ORGANISATIES

Algemene Rekenkamer

Bureau Nationale ombudsman

- De Nationale ombudsman
- De Kinderombudsman
- De Veteranenombudsman

College voor de Rechten van de Mens

De Nederlandsche Bank

Dienst Wegverkeer (RDW)

- Alle onder het KvK-nummer 27374436 opgenomen vestigingen

Erasmus MC

- Mediadiensten

Gemeente Den Haag

Luchtverkeersleiding Nederland (LVNL)

Kamer van Koophandel

Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW)

- Bureau KNAW
- Data Archiving and Networked Services (DANS)
- Fryske Akademy
- Hubrecht Instituut voor Ontwikkelingsbiologie en Stamcelonderzoek
- Huygens ING
- International Instituut voor Sociale Geschiedenis (IISG)
- Internationaal Instituut voor Taal-, Land- en Volkenkunde (KITLV)
- Meertens Instituut
- Nederlands Instituut voor Ecologie (NIOO)
- Nederlands Herseninstituut
- Nederlands Interdisciplinair Demografisch Instituut (NIDI)
- Netherlands Institute for Advanced Study in the Humanities and Social Sciences
- NIOD. Instituut voor Oorlogs-, Holocaust- en Genocidestudies
- Rathenau Instituut
- Spinoza Centre for Neuroimaging
- Westerdijk Fungal Biodiversity Institute

Maastricht UMC+/azM

- Stafdienst Communicatie
- Stafdirectoraat Personeel & Organisatie

Maastricht University

NPO

NWO

- De domeinenorganisatie van NWO en de regieorganen NRO en SIA

Politie

Raad voor de rechtspraak

- Alle rechtbanken (11)
- Gerechtshoven (4)
- Bijzondere colleges (2)
- 3 landelijke diensten
- SSR
- IVO Rechtspraak
- LDCR

Sociale Verzekeringsbank

Stichting NTR

Stichting Voedingscentrum Nederland

Tweede Kamer der Staten-Generaal

UWV

Vrije Universiteit Amsterdam

- Vrije Universiteit Amsterdam en haar dienst Communicatie & Marketing

Wageningen University en Stichting Wageningen Research

BIJLAGE 5 RTV-PROGRAMMAZENDTIJD RIJKSOVERHEID

Het ministerie van Algemene Zaken is net als AVROTROS, BNNVARA en HUMAN zendgemachtigde en krijgt per jaar een aantal uren programmazendtijd op zowel radio als televisie toegewezen op de publieke omroep.

De toegewezen zendtijd aan het ministerie wordt op zowel radio als televisie opgeknipt in blokjes van 30". De voorlichtingsprogramma's van de Rijksoverheid van 30" beginnen en eindigen altijd met een herkenbaar Rijksoverheidsintro en eindigen met een eveneens herkenbaar Rijksoverheidsextro. De programma's van de Rijksoverheid worden op alle RTV-publieke zenders ingezet.

Programmazendtijd is anders dan reclamezendtijd. Voor reclamezendtijd geldt een wettelijk maximaal aantal minuten per dag/per uur, voor programmazendtijd is er geen wettelijk maximum. De programmazendtijd van de Rijksoverheid telt dan ook niet mee in de maximale hoeveelheid reclame, die per dag/per uur mag worden uitgezonden.

Omdat de Rijksoverheid niet alle doelgroepen in voldoende mate via de publieke omroep kan bereiken, koopt ze voor deze voorlichtingscampagnes eveneens programmazendtijd in bij commerciële radio en televisie exploitanten in Nederland. Bij deze RTV-exploitanten worden dezelfde spots ingezet als op de publieke omroep. Ook voor de commerciële programmazendtijd van de Rijksoverheid geldt, dat deze niet meetelt in de maximale hoeveelheid reclame, die per dag/per uur mag worden uitgezonden.

Inkoop programmazendtijd

De inkoop van programmazendtijd bij de commerciële zenders wordt door DPC (cluster Media-inkoop) zelf verzorgd. Voor deze programmazendtijd gelden aparte tarieven, die niet gedeeld worden met Opdrachtnemer. Ook de financiële afhandeling van de programmazendtijd met de exploitanten wordt door DPC zelf uitgevoerd. De Opdrachtnemer speelt hier geen rol in.

Coördinatie campagnes, die gebruik maken van programmazendtijd Rijksoverheid

De coördinatie van de campagnes die gebruik maken van zendtijd Rijksoverheid wordt verzorgd door DPC (cluster Media-inkoop). Deze campagnes worden voor een belangrijk deel begeleid of aangestuurd door DPC (cluster Campagnemanagement)

Werkzaamheden bureau voor inzet programmazendtijd Rijksoverheid

Opdrachtnemer verzorgt de planning-, optimalisatie voor alle campagnes die gebruik maken van zendtijd Rijksoverheid. Daarnaast stelt ze een media-evaluatie op. De eisen die aan deze drie aspecten (planning, optimalisatie en evaluatie) gesteld worden zijn identiek aan de eisen die aan reguliere campagnes gesteld worden.

Aantal campagnes per jaar

Op jaarbasis gaat het om circa 15 verschillende campagnes (regelmatig met meerdere flights) met in totaal ongeveer 16.000 TV GRP's en om en nabij 24.000 radio GRP's.

Aanvullende werkzaamheden

Campagnes die in zendtijd Rijksoverheid worden uitgezonden worden vrijwel altijd door uitgebreid onderzoek begeleid. Dit onderzoek wordt eveneens uitgevoerd door DPC (cluster Communicatieonderzoek). Omdat de televisie en radio inzet van zendtijdcampagnes vaak onderdeel is van een breder cross mediaal inzetplan vraagt DPC aan Opdrachtnemer om specifiek voor de 'evaluatie en rapportage' door het cluster Communicatieonderzoek de definitieve media-inzetschema's voor alle mediumtypen van alle campagnes, die gebruik maken van zendtijd Rijksoverheid aan te leveren bij het cluster Communicatieonderzoek van DPC en het externe onderzoeksbureau. Hiervoor is een standaard lay-out beschikbaar. Gevraagde gegevens dienen uiterlijk één week na afloop van de betreffende campagne (flight) te worden opgeleverd (op basis van de voorlopige cijfers).

Aanvullend aan de in programmazendtijd uitgezonden voorlichtingscampagnes, onderzoekt het cluster Communicatieonderzoek een tiental voorlichtingscampagnes, die gebruik maken van reguliere inzet mogelijkheden bij diverse mediumtypen. Ook voor deze laatste categorie campagnes dient Opdrachtnemer mediaresultaten op te leveren. Hiervoor is eveneens een vaste lay-out ontwikkeld. Bij inzet van online media is ten behoeve van webanalyse ook PIWIK tagging onderdeel van de werkzaamheden.

De resultaten van de bevindingen van beide groepen campagnes worden vermeld in de zogenoemde Jaarevaluatie voorlichtingscampagnes. Hiervoor vraagt DPC jaarlijks alle campagne-informatie en campagneresultaten over een geheel jaar (op basis van de definitieve cijfers), uiterlijk eind februari van het daarop volgende jaar bij het cluster Communicatieonderzoek van DPC aan te leveren.