

Ref. nr.	Fase	Label	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Inschrijffase	Inhoud	pagina 17 scannen gasten	U geeft aan dat u zelf het uitnodigingstraject verzorgd. Kunt u aangeven met wel systeem dit gebeurd? Vaak hangt namelijk goed scannen samen door alles in 1 systeem te hebben en te koppelen. Zo zijn de gegevens zo betrouwbaar mogelijk. Doordat wij geen invloed hebben op het eerste gedeelte is de kans groter op fouten. Is het mogelijk dat aan jullie systeem scanners gekoppeld worden? En zo ja hoe?	We zijn nu in de overgangsfase naar Microsoft dynamics, dit systeem zullen we gaan gebruiken voor het uitnodigingstraject. De mogelijkheden tot het koppelen van scannen bespreken we graag na gunning.
2	Inschrijffase	Inhoud	pagina 17 locatie	Hoe belangrijk is de bereikbaarheid van OV op de locatie? Hoeveel mensen zullen daar gebruik van maken? Veel locaties hebben namelijk geen treinstation in de buurt. En het kan een drempel zijn voor mensen als ze over moeten stappen op streekvervoer. Is eventuele inzet van een pendelbus een optie of is de harde eis dat er een treinstation in de buurt moet zitten op loopafstand.	De bereikbaarheid, zowel met de auto als het OV vinden wij van groot belang. Het is wat ons betreft niet noodzakelijk dat de locatie bij een treinstation in de buurt is, als het maar wel goed bereikbaar is. Een pendelbus heeft niet onze voorkeur.
3	Inschrijffase	Inhoud	Wensgroep kwaliteit 1.27, pagina 35 en 36	Is het ook mogelijk om naast de gestelde aantal maximaal pagina's tekst een los document met beeldmateriaal mee te zenden zonder dat dit ten koste gaat van de tekstpagina's? Beeldmateriaal helpt vaak in de ondersteuning van de tekstuele uitleg en neemt veel ruimte in beslag.	Het is toegestaan separaat beeldmateriaal mee te zenden, dit mag maximaal 3 x A4 zijn per wens.
4	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document, pag 17	Tot hoe laat duurt het evenement? (ivm begroting, prijs huur locatie en inzet catering e.d.)	Meestal tot ongeveer middernacht, maar dit bepalen we in overleg.
5	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document Pag 12 Over SGL	Om uw vraag goed te beantwoorden en niet in herhaling te vallen t.o.v. voorgaande edities: kunt u ons meer inzicht geven in de fysieke edities in 2017, 2018 en 2019, en waar relevant online edities 2021 en 2022? Welk concept/thema lag ten grondslag aan deze evenementen? Wat waren onderdelen van het programma? Wie waren de hosts? Wat was het entertainment? Wat was goed (beoordeeld)? Wat kan beter?	Hierbij geven we van de afgelopen edities beknopt de belangrijkste informatie aan. De verbeterpunten die wij van belang vonden van de voorgaande edities hebben wij al verwerkt in de uitvraag. Ster Gouden Loeki 2017: - host: Sophie Hilbrand - locatie: Carré - entertainment show en feest: Leo Blokhuis, Mabel Nummerdor, Sander den Ouden en Miss Bunty, Stefan Morrisson Band Ster Gouden Loeki 2018: - host: Dionne Stax - locatie: Tuschinski - entertainment show en feest: Jordi van de Bovenkamp, Rayen Panday, Ron Simpson, DJ Jordy met Kera Fränkel, Miss Sugaware Ster Gouden Loeki 2019: - host: Dione de Graaff - locatie: Theater Amsterdam - entertainment show en feest: live orkest, Leo Blokhuis, CB Milton en Cystine Carreon, Patrick Stoof, reclamequiz, Zer00s Heroes, The Tributes Ster Gouden Loeki 2020 (televisie): - host: Carrie ten Napel - locatie: studio Media Park i.v.m. opname voor televisie - entertainment show en feest: Hans Klok, Hermine Duurloo, Hans Vroomans, Joe Buck en Simon Leferink, Hanneke Drenth, Margriet Sitskoorn Ster Gouden Loeki 2021 (televisie): - host: Carrie ten Napel - locatie: studio Media Park i.v.m. opname voor televisie - entertainment show en feest: reclamequiz met Kees Boot, Hila Noorzai, Steven Brunswijk en Saar Koningsberger, Ilse de Lange, Oxygen, Irene Schouten, Juliette de Wijn, Patrick Stoof, Harry Piekema, wetenschappelijk item over hoe hersenen reageren op reclames, Wouter van der Goes en Frank van 't Hof over reclamemuziek.
6	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 5A Kerncompetentie 1	Kunt u de referentie in de afgelopen 3 kalenderjaren verruimen naar in de afgelopen 5 kalenderjare, ivm corona en het feit dat fysieke events niet of nauwelijks hebben kunnen plaatsvinden?	Ja dit is akkoord voor de fysieke referentie.
7	Inschrijffase	Inhoud	Betrokkenheid publiek	Hoe wordt het publiek betrokken bij het stemmen, daar zij geen onderdeel zijn van de avond zelf? Moeten wij daar in ons concept op in gaan of valt dit buiten de scope?	Dit valt buiten de scope.
8	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	*Heeft u een beeld bij hoe lang het inhoudelijke deel mag duren van de show?	Maximaal 30 minuten, zoals beschreven in het beschrijvend document.
9	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	*U hecht waarde aan het projectteam, ervaring en referenties, echter dit zien wij niet beloond worden in de beoordelingen?	De ervaring en referenties worden niet als gunningscriteria uitgevraagd, maar als geschiktheidseisen. De gevraagde kerncompetenties zijn minimumvereisten. Als een inschrijver hier niet aan voldoet, wordt de inschrijving niet verder beoordeeld. De samenwerking en de contactpersonen waar Ster mee zal samenwerken komen terug in wens 1.

10	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	•U vraagt om een plan A (Fysiek) en plan B (digitaal). In deze toch nog wat onzekere tijden geen gekke gedachte. Ervaring leert wel dat de keuze om een plan A en B naast elkaar te laten lopen wel mogelijk tot hogere projectkosten zal leiden. Wij houden hier in het budget geen rekening mee en focussen ons op het fysieke event. Correct?	Het is niet de bedoeling om de plannen naast elkaar te laten lopen. We vragen nu een prijs voor een fysiek en digitaal plan. We maken van tevoren een keuze welke wijze wij zullen toepassen. Mocht op het laatste moment toch de keuze wijzigen vanwege maatregelen, dan begrijpen wij dat hier meerkosten aan verbonden zijn.
11	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	•Ervaring leert dat bij dit type show producties, de showcontent (video's, backgrounds etc.) een meer dan belangrijke kostenpost zijn. U geeft aan dat de gehele communicatie van de Gouden Loekie, via u loopt, het lijkt ons wenselijk dat dit in lijn met de showcontent zal zijn. Heeft STER vaste partner(s) voor de creatie hiervan waar het eventbureau mee kan samenwerken?	Ja we hebben vaste partners waarmee het evenementenbureau kan samenwerken. We gaan hierover graag na gunning in overleg.
12	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	•Budget voor artiesten, presenter(s) kunnen wij daar rekening mee houden dat hier afspraken over zijn met NPO en daarmee minder zwaar op de begroting drukken?	Nee hierover zijn geen afspraken.
13	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	•De bekendmaking van de Gouden Loekie werd in het verleden ook integraal op TV uitgezonden is dat dit jaar ook het geval? In dat geval, mogen wij ervan uitgaan dat de kosten hiervoor buiten scope vallen? En zo ja hoe wordt omgegaan met kosten voor de technische realisatie die voor zowel de fysiek of digitale uitreiking nodig zijn versus die voor een live televisie uitzending nodig zijn; showlicht versus televisielicht leidt tot discussie over welk budget dit toe hoort. Hoe ziet u dat?	Er zal dit jaar geen televisie uitzending zijn, het gaat om een fysiek evenement.
14	Inschrijffase	Inhoud	Offerte aanvraag	•Kunnen wij er vanuit gaan dat het jurytraject etc. buitenscope valt? En dat wij van u conform onze briefing voor het event de benodigde info krijgen (redactionele voorbereiding over winnaars ligt bij u)?	Ja de stemprocedure valt buiten scope. We weten niet helemaal wat er bedoeld wordt met "de redactionele voorbereiding over de winnaars ligt bij u." Als jullie hiermee bedoelen dat wij deze informatie (winnende adverteerder, reclamebureau en spot) aanleveren dan is dit correct.
15	Inschrijffase	Inhoud	Content / instarts	Vallen de instarts / video's en videocontent ook binnen de begroting van de SGL? Of wordt dit door de STER aangeleverd	Dit hoort erbij en wordt dus niet door Ster aangeleverd. Commercials kunnen wel door Ster worden aangeleverd.
16	Inhoud	Inhoud	x	Welke eisen worden er gesteld aan de presentatie die moet worden ingediend?	De presentatie hoeft niet op voorhand aangeleverd te worden. We stellen geen verdere eisen aan het format. De inhoudelijke eisen staan beschreven in het beschrijvend document.
17	Inhoud	Inhoud	x	Wat is de aanleiding voor de aanbesteding? Betreft dat een aflopend contract met de huidige partner?	Ster heeft de beslissing gemaakt om een overkoepelende overeenkomst af te sluiten met een evenementenbureau waaronder meerdere evenementen vallen. De waarde van deze overeenkomst houdt in dat er een Europese aanbesteding dient te worden gevolgd. Een vereiste van een Europese aanbesteding is dat deze openbaar is. De reden voor de overkoelende overeenkomst is dat wij van mening zijn dat dit de samenwerking verbetert. Daarnaast voorkomt het dat er voor de verschillende evenementen een separate aanbesteding moet worden gehouden, wat veel tijd vraagt van zowel Ster als de inschrijvende partijen.
18	Inhoud	Inhoud	x	Kunt hoe inschatten hoeveel evenementen er naast de Ster Gouden Loeki door het bureau zullen worden georganiseerd?	Naast de Ster Gouden Loeki is ook Focus op dit moment een vast jaarlijks evenement. Mochten er aanvullende evenementen plaatsvinden dan worden deze ook bij het evenementenbureau belegd. Hierbij verwijzen wij wel graag naar pagina 18 van het beschrijvend document voor een beschrijving van wat er buiten de scope valt.
19	Inhoud	Inhoud	x	Is het budget gelijk gebleven aan de edities van voor corona? De ervaring leert dat op alle fronten (locaties, techniek, catering e.d) prijsstijgingen hebben plaats gevonden. We zijn benieuwd hoe jullie als opdrachtgever hierin staan.	Het afgegeven budget is uiteraard afhankelijk van de invulling, dit hebben wij ook puur als indicatie meegegeven. Wij vragen nu specifiek een prijs voor de komende editie (in te vullen in het prijzenblad bijlage 2). Hierin vragen wij uiteraard de huidige prijzen op. Hierbij willen wij wel graag benadrukken dat de prijs die nu wordt afgegeven niet meer verhoogd worden.
20	Inschrijffase	Contract	Aanvraag	Waarom is er een NDA van toepassing terwijl ook de ARVODI 2018 van toepassing zijn? Dit leidt tot onnodige administratieve handelingen en extra kosten voor de ondernemer (namelijk juridisch advies want dit is niet gebruikelijk bij opdrachten voor de rijksoverheid). Dit werpt dus onnodige belemmeringen voor inschrijvers en het is niet proportioneel, dus graag schrappen.	De NDA is enkel van toepassing voor het opvragen van de bijlagen 9, 10 en 11 tijdens de aanbestedingsprocedure. De ARVODI 2018 is van toepassing op de overeenkomst die na gunning wordt afgesloten. Deze staan dus los van elkaar.
21	Inschrijffase	Inhoud	Aanvraag	Graag ontvangen we bijlage 9, 10 en 11. Vanwege een gelijk speelveld voor alle inschrijvers zou u dit volgens ons zonder verdere belemmeringen (NDA) beschikbaar moeten stellen.	Bijlage 9,10 en 11 worden enkel verstuurd na ontvangst van de NDA. Aangezien alle partijen deze bijlage kunnen opvragen, heeft dit geen impact op een gelijk speelveld. Ter aanvulling, deze NDA vragen wij omdat de betreffende bijlagen vertrouwelijke informatie bevatten.
22	Inschrijffase	Proces	Beschrijvend document - pag 39 begroting digitaal evenement	U vraagt naast een uitwerking/onderbouwing op prijs van de fysieke SGL ook om een uitwerking/onderbouwing op prijs van het digitale SGL. Het concept van het digitale event en het daaruit voortvloeiende programma bepalen echter mede de prijs. En u geeft expliciet aan op pag. 15 dat u voor het digitale plan B geen concept verwacht. Dus het maken van een begroting voor een fictief digitaal event is eigenlijk niet mogelijk. Kunt u dit laten vervallen als eis bij indiening, zodat de prijs alleen maar toeziet op de het fysieke event?	Aangezien wij geen volledig uitgewerkt concept uitvragen begrijpen wij dat er geen gedetailleerde prijs kan worden afgegeven. Daarom kiezen wij ervoor de gevraagde prijs voor het digitale evenement te laten vervallen. Wij sturen dan ook een aangepast prijzenblad mee met deze nota van inlichtingen. De gunning voor het element prijs zal dan ook plaatsvinden op de afgegeven prijs voor het fysieke evenement.
23	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - pag 17 timing SGL	Timing 17.30 ontvangst en 19.00 uur bekendmaking winnaar: vanuit PR wilt u vasthouden aan deze timings maar het is geen must. Wat is het uiterste tijdstip van bekendmaking op de avond zelf, rekening houdend met de PR?	Voor het concept willen wij verzoeken de beschreven timing aan te houden, want hier zit weinig speling in. Zoals ook aangegeven in het beschrijvend document: <i>Hoewel dit programma zelf geen must is, vinden wij PR voor Ster, Ster Gouden Loeki en de winnaar dusdanig belangrijk dat we vast willen houden aan deze timings.</i>
24	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - pag 16 bekendmaking winnaars	Hoe lang voor de uitreiking weet het evenementenbureau de genomineerden en rangorde van de top 3?	De 10 finalisten zijn ongeveer vier weken vooraf bekend. Dan volgt de stemperiode. Houd voor de top 3 rekening met +- twee dagen voor het event.

25	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - pag 16 bekendmaking winnaars	Alle 10 finalisten worden uitgenodigd. Is bij aanvang van het event al bekend wie het tot de top 3 hebben geschopt en kanshebber zijn op de Gouden, Zilveren of Bronzen Loeki?	Dit is ten behoeve van de organisatie bekend bij (een enkeling bij) Ster en het evenementenbureau. Dit is niet bekend bij de finalisten.
26	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - pag 14 programma plenair	Als het plenaire programma maar max 30 minuten mag duren: moeten alle gasten dan kunnen zitten? Of mag er een combinatie sta-zit gemaakt worden?	In het verleden zaten alle gasten, maar voor de uitwerking van het concept laten we dit vrij. Wij staan open voor suggesties.
27	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - pag 14 programmaduur	Het programma mag max. 30 minuten duren. Betekent dit dat het enige plenaire zittende gedeelte 30 minuten duurt? En dat daarvoor en daarna dus vooral draait om netwerken, eten en muziek?	Ja, dit is juist.
28	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - dresscode	Is er in het verleden met een dresscode gewerkt voor de SGL? Zo nee, is dit wenselijk?	Ja, in het verleden hebben wij hiermee gewerkt, zie tevens de beantwoording van vraag 29. Er mag met een dresscode worden gewerkt, maar dan wel graag een laagdrempelige dresscode, die makkelijk toepasbaar is. De kleuren van de Ster Gouden Loeki zijn zwart en goud, in het verleden was de dresscode vaak daarop gebaseerd.
29	Inschrijffase	Inhoud	Beschrijvend document - pag 12 eerdere edities	Hadden voorgaande edities van SGL een concreet thema? Zo ja welke?	In aanvulling op de beantwoording van vraag 5 geven we hierbij extra informatie over de toegepaste thema's en dresscodes. Ster Gouden Loeki 2017 -Thema/Concept: geen -Dresscode: zwart/goud Ster Gouden Loeki 2018 -Thema/Concept: geen -Dresscode: Be fabulous in black and gold Ster Gouden Loeki 2019 (jubileum-editie, 25 jaar Ster Gouden Loeki) -Thema/Concept: Ster Gouden Loeki live in concert -Dresscode: party chic in black and gold Ster Gouden Loeki 2020 (televisie) -Thema/Concept: geen -Dresscode: fabulous in black and gold Ster Gouden Loeki 2021 (televisie) -Thema/Concept: reclamequiz met Kees Boot, Hila Noorzai, Steven Brunswijk en Saar Koningsberger -Dresscode: fabuloeki in black and gold
30	Inschrijffase	Contract	1.4 beschrijving opdracht	"Gedurende de contractperiode het voornaamste evenementenbureau voor Ster", wat wordt er bedoelt met voornaamste? Wordt er ook nog gewerkt met andere bureaus?	Zoals aangegeven in het beschrijvend document zal het evenementenbureau zich bezig houden met het organiseren van met name grote (marketing)evenementen (vanaf +- 100 relaties), zoals SGL (fysiek) en Focus (digitaal). De focus in deze aanbesteding ligt op externe evenementen die veelal worden ingezet voor marketingdoeleinden en dus niet op bijvoorbeeld personeelsfeesten en overige interne evenementen. Ster maakt daarnaast gebruik van gespecialiseerde bureaus. Ons wielerevent de Ster Etappe wordt door een in wielerevents gespecialiseerde partij georganiseerd en dat zal in de toekomst waarschijnlijk zo blijven. Digitale kennissessies organiseren we meestal direct met bijv. een uitzendpartij, dus dit valt in principe buiten scope.
31	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht	De opsomming van taken voor het evenementenbureau, waaronder "ontwikkelen van een concept en al dan niet thema en rode draad." Gelden al deze taken voor alle events die bij het bureau belegd worden?	In de basis worden deze taken belegd bij het evenementenbureau. Wel wordt dit per evenement bekeken en kan het voorkomen dat sommige taken door Ster worden opgepakt. Dit wordt uiteraard op voorhand overlegd.
32	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht	"Opstellen en uitvoeren van het totale programma." Hoe ziet u hier de rol van het bureau wat betreft de inhoudelijke invulling? Is de opdrachtnemer verantwoordelijk voor het inhoudelijke programma of neemt de Ster deze verantwoordelijkheid en ondersteunt het bureau hierin?	Het evenementenbureau is verantwoordelijk voor de inhoudelijke invulling. Uiteraard gaat dit wel in overleg met Ster.
33	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht	Kunt u aangeven op welk aantal gasten we de begroting moeten baseren zowel fysiek als online? Door één aantal af te spreken krijgt u een eerlijke vergelijking tussen alle aanbiedingen. Uiteraard kan dit aantal na gunning nog aangepast worden.	Voor de begroting mag uitgegaan worden van 370 deelnemers bij het fysieke evenement en 550 deelnemers bij het digitale evenement.
34	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht	U wil een inhoudelijk/aantrekkelijk programma van maximaal 30 minuten tbv de uitreiking van de award. Naast de uitreiking wil u ook op inhoud een boeiend programma aanbieden, maar niet te inhoudelijk. Zijn er relevante thema's en/of onderwerpen die u hierin aan bod wilt laten komen of kunt u voorbeelden geven van thema's?	Het belangrijkste thema is uiteraard reclame. Zoals op p. 17 staat: 'Een SGL-event is vrolijk, boeiend en luchtig. Alles staat in het teken van reclame.' Verder vragen we het bureau om met ideeën voor invulling te komen.

35	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht over SGL	Wat is de kernboodschap vanuit Ster binnen de SGL? Met welk gevoel/boodschap wil u dat de gasten (wellicht per doelgroep) het event verlaten?	Ster Gouden Loeki is dé (enige) publieksprijs voor de beste, mooiste of meest bijzondere reclame. Een prijs die je wil winnen en een event waar je bij wil zijn. De prijs/het event laat zien dat Ster een autoriteit is op het gebied van reclame en zorgt er idealiter voor dat de deelnemer zich (nog) meer betrokken voelt bij Ster. Daarbij willen we dat het trots aanwakkert bij Ster-collega's.
36	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht over SGL	Hoe ziet het projectteam vanuit Ster voor de SGL eruit?	Doorgaans werkt een vast team van twee marketingcommunicatiespecialisten aan SGL. Daarbij worden andere specialisten los ingevlogen, zoals voor vormgeving en online/social.
37	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht doelgroep	Het is de wens om twee doelgroepen meer aanwezig te laten zijn bij de SGL. Kunt u iets meer informatie delen over of, en zo ja hoe, deze doelgroepen al pro-actief benaderd worden om hun aanwezigheid te stimuleren?	Vanuit Ster wordt altijd een uitnodigingstraject opgetuigd, die wij zelf voor onze rekening nemen. Dit valt buiten scope van het bureau, maar zoals aangegeven in het beschrijvend document zijn suggesties welkom. Dit traject bestaat doorgaans uit meerdere mails, zoals een save the date, een uitnodiging met programma, reminders e.d. De 10 finalisten worden persoonlijk uitgenodigd door een accountmanager. Hij of zij gaat indien mogelijk langs bij de finalist, maar de nominatie is dan doorgaans al bekend. Hier zouden we ook meer een verrassing van kunnen maken.
38	Inschrijffase	Inhoud	1.4 beschrijving opdracht over SGL	Het SGL event moet ook passen bij de NPO. Kunt u aangeven welke randvoorwaarden/kernwaarden we hierbij moeten hanteren? Om aannames te voorkomen: wanneer past een event wel of niet bij de NPO?	Deze eis wordt niet op deze manier gesteld. Wel geven we aan (blz 17 van het beschrijvend document) probeer bij zoveel mogelijk onderdelen de link te leggen naar programma's of personen van de NPO, zoals een presentator van SGL.
39	Inschrijffase	Inhoud	1.28 financiële verantwoording	U vraagt om een prijsformulier/begroting voor zowel een fysiek als digitale variant van de SGL waarin alle kosten zijn opgenomen. Anderzijds vraagt u voor het fysieke concept een rode draad incl. doorvertaling naar invulling en voor een digitale editie meer een visie op hoofdlijnen. Hoe verhoudt zich dit tot het uitwerken van een gedetailleerde begroting voor het digitale event? Wij stellen voor de begroting voor digitaal op stelposten niveau op te stellen en deze na gunning, wanneer het concept verder wordt uitgewerkt, te finetunen. Is dit akkoord?	Aangezien wij geen volledig uitgewerkt concept uitvragen begrijpen wij dat er geen gedetailleerde prijs kan worden afgegeven. Daarom kiezen wij ervoor de gevraagde prijs voor het digitale evenement te laten vervallen. Wij sturen dan ook een aangepast prijzenblad mee met deze nota van inlichtingen. De gunning voor het element prijs zal dan ook plaatsvinden op de afgegeven prijs voor het fysieke evenement.
40	Inschrijffase	Juridisch	Concept / copyright	Voor elk bureau zal gelden dat er copyright ligt op het gepresenteerde concept. U geeft aan dat met de vergoeding van €1.500 tegemoetgekomen wordt aan gemaakte onkosten (waarvoor dank) én het een vergoeding is voor gebruik van bepaalde gepresenteerde ideeën. Ivm intellectueel eigendom en copyright is dit niet zomaar mogelijk. Hoe wordt hiermee omgegaan?	Eventuele rechten van intellectueel eigendom (zoals auteursrecht / copyright) blijven inderdaad rusten bij het bureau. Ster krijgt enkel een gebruiksrecht op gepresenteerde ideeën, waarvoor een vergoeding van € 1.500,- wordt betaald.
41	Inschrijffase	Inhoud	Concept SGL	Wordt het uitgewerkte SGL concept van de gekozen aanbieder ook daadwerkelijk uitgevoerd?	Ja, dat is onze wens. Uiteraard kan er nog het een en ander aanscherpt worden in overleg met Ster.
42	Inschrijffase	Inhoud	Locatie Gouden Loekie	Qua locatie voor SGL lijkt Amsterdam de voorkeur te hebben, aangezien (met name) de reclame- en mediabureaus en (een deel) van de adverteerders daar vandaan komen. In hoeverre is midden Nederland (Utrecht eo) ook een serieuze optie (ivm ligging voor met name adverteerders) of heeft Amsterdam echt de voorkeur? Uiteraard kijken we naar locaties die goed bereikbaar zijn met auto en OV.	Zoals aangegeven is Amsterdam een must. Op pagina 17 van het beschrijvend document geven wij aan: <i>Qua locatie zaten we altijd in Amsterdam, gezien de vestiging van reclame- en mediabureaus en een deel van adverteerders, en de uitstraling van de stad. Hier kunnen we van af wijken (Media Park bijv. ook optie), mits locatie goed bereikbaar is met de auto en ov vanuit Amsterdam, Utrecht etc. en niet te lang rijden is. Qua tijdstip namelijk ook te maken met avondspits. Verder een stijlvolle locatie, goede bereikbaarheid en een goede ruimte om te dansen.</i>
43	Inschrijffase	Inhoud	Doelstellingen	Zijn er voor volgend jaar belangrijke veranderingen binnen de Ster of het aanbod van de Ster die in rekening moeten worden geacht? Wat is het huidige imago van Ster onder adverteerders? En sluit deze aan bij wie Ster wilt zijn? Wat zijn redenen voor adverteerders om voor Ster te kiezen? En waarom juist niet? Hoe belangrijk is het voor Ster om niet-finalisten naar SGL te krijgen? In hoeverre mag het bureau in diens voorstel het programma daarop aanpassen? "Wat we doen doet ertoe": in hoeverre wil Ster maatschappelijk relevant zijn en dit uitdragen?	Geen speciale aandachtspunten anders dan wat er in het beschrijvend document is te lezen. Het imago is over het algemeen goed. Spontane associaties met Ster zijn: kwaliteit, betrouwbaar en breed bereik. Ook vinden adverteerders de aspecten service, toegankelijk en gezaghebbend bij ons passen. Dat sluit aan bij onze kernwaarden toegankelijk, betrouwbaar en toonaangevend. Doelgroep bereik, prijs, kwaliteit en mediakanalen NPO zijn belangrijke redenen voor de keuze voor Ster. Zoals in het document staat is het belangrijk om niet-finalisten naar het event te trekken: - Finalisten zijn altijd aanwezig, maar uitdaging is om het event ook zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor de kwartaalwinnaars (we weten dat zij vaak afzeggen zodra ze horen geen finalist te zijn), bestaande klanten die niet genomineerd zijn (geweest) en potentiële klanten. We vragen het bureau om creatieve ideeën te bedenken hoe deze groep ook in groten getale binnen te krijgen. - We merken dat het een uitdaging is om adverteerders – die niet tot de finalisten behoren – binnen te krijgen op het event. Hoe zorgen we ervoor dat het event ook voor hen én adverteerders (en reclamebureaus) die niet genomineerd zijn zo aantrekkelijk is dat ze er absoluut bij willen zijn? Het bureau kan hier in het voorstel rekening mee houden. M.b.t. maatschappelijke relevantie verwijzen we naar de website: https://www.ster.nl/over-ster/maatschappelijke-waarde-ster/ Dit is meer ter achtergrond.

44	Inschrijffase	Inhoud	Programma opzet	Wat is feedback geweest de voorgaande jaren vanuit gasten? Wat ontbrak er bijvoorbeeld volgens hen? Hoe 'vast' staat de programma opzet? Is er ruimte voor het bureau om iets anders voor te stellen? Hoe belangrijk is het voor Ster om hun missie, visie of merkverhaal te delen tijdens het inhoudelijke programma onderdeel? Hoe belangrijk is het voor Ster om hun missie, visie of merkverhaal te delen gedurende de rest van het event? In het document staat: "Een SGL-event is vrolijk, boeiend en luchtig", in hoeverre is er ruimte voor inhoud? Netwerken is de voornaamste doelstelling, hoe is dit in voorgaande jaren gestimuleerd? De Gouden Loekie is een publieksprijs, maar de rol van het publiek is nihil. Is er de wens om het publiek een grotere rol te geven? Is er alleen een foto/champagnemoment met de nummer 1? In welke mate moeten nummers 2 en 3 in de spotlights komen te staan? In welke mate kan de leeuw een uithangbord/visuele drager zijn in de show?	M.b.t. feedback verwijzen we naar vraag 5: De verbeterpunten die wij van belang vonden van de voorgaande edities hebben wij al verwerkt in de uitvraag. De vaste onderdelen zoals beschreven op p.14 en de richtlijnen en randvoorwaarden staan vast. We geloven dat er daarbinnen voldoende ruimte is voor bureaus om creatieve invullingen voor te stellen. Het event moet passen bij onze missie, visie en kernwaarden en daar bijv. niet tegenin druisen. Echter hoeft dit niet als los onderdeel aan bod te komen. Inhoud is een belangrijk onderdeel, zoals omschreven staat op p. 14: Inhoudelijk, aantrekkelijk (met ook bekende en aansprekende namen) programma van maximaal 30 minuten. Hiervoor verwijzen we naar de doelstellingen van SGL op p. 15: dit is breder dan alleen netwerken/relatie onderhouden. Netwerken wordt o.a. gestimuleerd door hier in het programma voldoende aandacht aan te geven / er in de setting rekening mee te houden dat deelnemers elkaar makkelijk kunnen spreken. De rol van het publiek is groot voor het bepalen van de winnaars. Het publiek is geen doelgroep voor het evenement en er is ook geen wens om hen een grote rol te laten spelen. Zowel nummer 1, 2 en 3 mogen in de spotlight komen te staan, de specifieke invulling hiervan mag door het bureau vormgegeven worden. Loeki de Leeuw is een vast onderdeel van de vormgeving van de show. Als Ster hebben we een aparte Ster Gouden Loeki huisstijl, waarbij goud en zwart belangrijke elementen zijn. Hiervan krijgt het bureau een goede indruk op de website https://www.ster.nl/gouden-loeki/winnaars-kwartaal-2/ en dit is ook te vinden in de in het document genoemde brandportal.
45	Inschrijffase	Inhoud	Opdracht	Wat zijn de verwachtingen m.b.t. de uitwerking en volledigheid van het 'Plan B' in verband met COVID?	Graag verwijzen wij hiervoor naar de beschrijving zoals gegeven bij Wens 2 - Aanpak Digitaal Evenement Ster Gouden Loeki (pagina 36 van het beschrijvend document).