

Marktconsultatie Events

Versie: def

Colofon

Uitgave: Dienst Marketing & Communicatie en Inkoopcentrum Fontys Hogescholen
Redactie: Ger van Rooij, Sr. Adviseur inkoop & inkoopproces
Adres: Postbus 347, 5600 AH Eindhoven
Datum: 20 juni 2023

1. Inhoud

1.	Inhoud	2
2.	Inleiding	3
2.1.	Fontys Hogeschool	3
2.2.	Onze maatschappelijke opdracht.....	3
2.3.	Dienst Marketing & Communicatie.....	3
3.	Procedure en planning	4
3.1.	Uitgangspunten	4
3.2.	Verslaglegging	4
3.3.	Communicatie en contactpersoon	4
3.4.	Planning	5
4.	Doelstelling en visie	6
4.1.	Aanleiding en doelstelling aanbesteding.....	6
4.2.	Voorziene aanpak aanbesteding	6
5.	Vragen marktconsultatie	7
Bijlage 1	9R Strategiemodel	8
Bijlage 2	Beantwoordingsmodel.....	10

2. Inleiding

2.1. Fontys Hogeschool

Fontys Hogeschool, hierna Fontys, is een van de grootste instellingen voor hoger onderwijs van Nederland, met meer dan 4.700 medewerkers en bijna 44.000 studenten. Er zijn 27 instituten die samen 81 bacheloropleidingen verzorgen in de varianten voltijd, deeltijd, duaal en in-service, en daarnaast 28 masteropleidingen en 13 Associate degrees aanbieden. Ook verzorgt Fontys diverse cursussen en trainingen. Behalve op onderwijs legt Fontys zich – met onder andere 46 lectoraten – toe op onderzoek, kennisinnovatie en contractactiviteiten. De opleidingen zijn verspreid over een aantal locaties in Nederland, vooral geconcentreerd in het zuiden van het land (o.a. Eindhoven, Tilburg en Venlo).

Fontys is een stichting. Het College van Bestuur vormt het bevoegd gezag en fungeert als resultaatverantwoordelijke eenheid onder de Raad van Toezicht. De 27 instituten hebben, ieder in het eigen marktsegment, onderwijs en onderzoek als kerntaak. Evenals de contractactiviteiten die de instituten uitvoeren is het onderzoek gericht op versterking van het onderwijs en op kennisvalorisatie. Ten slotte verrichten zeven diensten ondersteunende werkzaamheden te weten Personeel & Organisatie, Studentenvoorzieningen, Financiën, Marketing & Communicatie, Onderwijs & Onderzoek, IT en Huisvesting & Facilitaire Zaken.

Wilt u meer informatie over Fontys, bezoek dan onze website: <https://fontys.nl>

2.2. Onze maatschappelijke opdracht

‘Ontwikkeling’ is een absoluut kernbegrip binnen Fontys. Jonge mensen ontwikkelen als student bij ons hun talent, we ontwikkelen relevante praktijkgerichte kennis, werkende professionals kunnen zich bij Fontys een (werkend) leven lang ontwikkelen, wij spelen flexibel in op ingrijpende maatschappelijke ontwikkelingen, en – niet op de laatste plaats – binnen onze gemeenschap ontwikkelen we ons zelf door kennis en vaardigheden te delen. Alleen zo kunnen onze studenten, professionals en afgestudeerden een betekenisvolle maatschappelijke bijdrage blijven leveren.

Wij opereren in het hart van de maatschappij. In zogeheten hybride leer- en onderzoekomgevingen werken student, docent, onderzoeker en werkveld grensoverschrijdend met elkaar samen; zowel onderwijs en onderzoek als leren en werken raken op die manier steeds meer met elkaar vervlochten. Onze voornaamste ‘maatschappelijke waarde’ is dan ook de ontwikkeling van talent en kennis. Fontys is een multidisciplinaire hogeschool in het zuiden van Nederland. Samen met én voor het (regionale) werkveld verzorgen wij hoogwaardig hoger beroepsonderwijs en voeren we innovatief praktijkgericht onderzoek uit. Op deze manier dragen we bij aan de ontwikkelkracht van een vitale, inclusieve en duurzame samenleving. Zie ook: [Fontys for society | Fontys Hogescholen](#)

2.3. Dienst Marketing & Communicatie

Dienst Marketing & Communicatie (hierna te noemen Dienst M&C) levert, als ondersteunende dienst, een breed scala aan diensten en producten op het gebied van marketing en communicatie aan Fontys Hogeschool (corporate) en aan de opleidingen/instituten en ondersteunende diensten. Hierin voert de dienst met name een coördinatie- en regierol. De dienst omvat een viertal teams: Bekendheid & Reputatie, Marktpositie, Studentsucces en Wendbaar M&C.

3. Procedure en planning

3.1. Uitgangspunten

Om het gelijkheidsbeginsel te waarborgen hanteert Fontys de volgende uitgangspunten bij deze marktconsultatie:

1. Deze marktconsultatie is één van de instrumenten die een rol spelen bij de verdere besluitvorming omtrent een eventuele aanbesteding.
2. Marktpartijen mogen door deel te nemen aan deze marktconsultatie niet in een bevooroordeelde positie komen op het moment van de aanstaande aanbesteding.
3. Marktpartijen krijgen (derhalve ook) geen inzage in concept aanbestedingsdocumenten, noch ontvangen zij van Fontys andere informatie welke in strijd is met het gelijkheidsbeginsel.
4. Deze marktconsultatie wordt onderhands uitgezet bij geïnteresseerde partijen, en is voor alle partijen geheel vrijblijvend.
5. Door marktpartijen verstrekte informatie wordt vertrouwelijk behandeld.
6. Het ontlenen van rechten aan de informatie die in de marktconsultatie is verstrekt is niet mogelijk.
7. Het honoreren van claims van marktpartijen over het gebruik van informatie of vertrouwelijkheid is niet mogelijk.
8. Het verstrekken van een vergoeding is niet aan de orde.

3.2. Verslaglegging

1. Van de beantwoording van de vragen en de eventueel daarop gevoerde gesprekken in het kader van deze marktconsultatie wordt een kort, samenvattend en geanonimiseerd verslag gemaakt.
2. In het verslag worden het doel van de marktconsultatie en de gestelde vragen of besproken thema's vermeld.
3. Openbaarmaking van een geanonimiseerd verslag kan onderdeel vormen van de aanbestedingsprocedure om daarmee aan te tonen dat het gelijkheidsbeginsel niet is geschonden.

3.3. Communicatie en contactpersoon

Communicatie over deze marktconsultatie via het emailadres inkoop@fontys.nl o.v.v. Marktconsultatie Events.

Via dit emailadres kunnen geïnteresseerden ook hun antwoorden op de vragenlijst (bijlage 2) inzenden.

De contactpersoon van deze marktconsultatie is:

Naam, functie:	Ger van Rooij, Sr. Adviseur inkoop & inkoopproces
Telefoonnummer:	08850 89330
E-mailadres:	Inkoop@fontys.nl
Locatie:	Dienst Financiën / Inkoopcentrum, Vestdijk 51, Eindhoven

3.4. Planning

Middels deze marktconsultatie kunnen marktpartijen een reactie geven op de in deze marktconsultatie gestelde vragen. Aan alle genodigde partijen wordt gevraagd een schriftelijke beantwoording in te zenden voorafgaand aan het (eventuele) marktconsultatiegesprek. Op die manier kan Fontys de beantwoording vooraf doornemen en gericht een verdiepend gesprek voeren. Tijdstip van het (eventuele) gesprek wordt bij de uitnodiging afgestemd.

De planning* ziet er als volgt uit:

Activiteit	Datum
Uitnodiging marktconsultatie	20 juni 2023
Uiterlijke termijn stellen van vragen	Vrijdag 28 juli
Uiterlijke termijn antwoorden op gestelde vragen	Dinsdag 1 augustus
Uiterlijke termijn indienen schriftelijke beantwoording marktconsultatie	Vrijdag 4 augustus

*Deze planning is onder voorbehoud en kan worden aangepast.

4. Doelstelling en visie

4.1. Aanleiding en doelstelling aanbesteding

Fontys schakelt op dit moment verschillende externe partijen in bij de organisatie van events. Het totaalbedrag dat hiermee is gemoeid heeft ertoe geleid dat Fontys, vanuit de Aanbestedingswet, verplicht is een Europese aanbesteding te initiëren. Doel van deze aanbesteding is het selecteren van een of meerdere partijen ten behoeve van het (mede)organiseren van events.

De toekomstige partners moeten in staat zijn om Fontys professioneel te ondersteunen en ontzorgen bij events die vanuit de Fontysorganisatie worden georganiseerd, binnen maar ook buiten de Fontyslocaties.

4.2. Voorziene aanpak aanbesteding

Fontys heeft op dit moment de volgende (voorlopige) uitgangspunten voor ogen:

1. De scope van de aanbesteding betreft events waarbij externe ondersteuning noodzakelijk of gewenst is. Deze events zullen zeer divers zijn qua inhoud en omvang (*).
2. Het uitvoeren van een Europese openbare aanbesteding, waarbij een of enkele externe partners zullen worden gecontracteerd.
3. Het hanteren van de beste prijs-kwaliteit verhouding als gunningscriterium, en subgunningscriteria gericht op het onderscheidend vermogen in de dienstverlening.
4. Het sluiten van een raamovereenkomst met één of enkele gespecialiseerde dienstverleners.
5. Een contractduur van 4 jaar, zodat een duurzame relatie met de gegunde dienstverlener(s) kan worden opgebouwd.
6. Een planning voor de aanbesteding met publicatie in het najaar van 2023, resulterend in een definitieve gunning in de eerste maanden van 2024.

(*) Enkele voorbeelden: diploma-uitreikingen, symposia, Startup-events (klein), Fontys for Society event (groot, eenmaal per jaar, voor medewerkers én studenten), introductiefestival (zeer groot, eenmaal per jaar, eind augustus).

5. Vragen marktconsultatie

Onderstaand treft u de vragen aan die we graag aan marktpartijen willen voorleggen:

Nummer	Vraag
Vraag 1	Hoe ziet de markt er uit waarin u opereert: aantal, soort en omvang leveranciers en hoe is deze markt te typeren?
Vraag 2	Welke ervaring heeft u zelf met soortgelijke opdrachten? Kunt u deze opdrachten kort benoemen en/of beschrijven?
Vraag 3	Welk onderscheidend vermogen in de dienstverlening van onze toekomstige partner(s) acht u relevant voor de opdracht van Fontys?
Vraag 4	Wat zijn <i>best practices</i> en zinvolle eisen die Fontys in het Programma van Eisen kan (of moet) meenemen?
Vraag 5	Fontys hecht bij de inkoop van leveringen, diensten en werken in het algemeen veel waarde aan duurzaamheid. Waar mogelijk wordt het 9R Strategiemodel (zie bijlage 1) toegepast met een hoog niveau van duurzaamheid en circulariteit. Op welke manier kan dit streven in deze opdracht tot uiting komen?
Vraag 6	Welke factoren zijn in het algemeen van belang in de afweging om al dan niet mee te doen aan of in te schrijven op een aanbesteding?
Vraag 7	Welke ontwikkelingen binnen uw branche zijn belangrijk voor en/of van invloed op deze aanbesteding?
Vraag 8	Fontys wil de mogelijkheid hebben om op elke externe locatie een evenement te kunnen organiseren, ook bij locaties die geen contractpartner zijn van de te contracteren opdrachtnemer. Ziet u dit als een redelijke eis?
Vraag 9	Hoe is uw verdienmodel opgebouwd (uurtarieven, fee per evenement, inkoopkortingen, etc.)? Kunt u, indien u onze toekomstige partner zou zijn, volledige transparantie borgen in het verdienmodel van uw organisatie?
Vraag 10	Welke voor- en nadelen ziet u bij het afsluiten van een raamovereenkomst met meerdere partijen en het uitvoeren van een minicompitie per evenement, boven een nader te bepalen contractvolume?
Vraag 11	Vanuit andere aanbestedingen is Fontys verplicht om, wanneer het event op een van de Fontyslocaties plaatsvindt, diensten af te nemen bij gecontracteerde partners, bijvoorbeeld op het gebied van catering en technische ondersteuning. Zou dit voor deze aanbesteding problemen kunnen opleveren, bijvoorbeeld omdat partijen eigen vaste leveranciers hebben?
Vraag 12	Fontys is een grote organisatie met diverse locaties in Tilburg, Eindhoven, Venlo, Sittard, 's-Hertogenbosch. Hoe kijkt u hier tegenaan, zou dit organisatorische complicaties kunnen opleveren?
Vraag 13	Heeft u verder nog aandachtspunten en/of suggesties voor de aanbesteding?

De beantwoording van de vragen kunt u opnemen in bijlage 2 Beantwoordingsmodel.

In paragraaf 3.3. van dit document is aangegeven waar u deze bijlage naartoe kunt sturen. Het aantal pagina's is niet formeel gelimiteerd: wij vragen u omwille van efficiency wel zoveel mogelijk te beperken tot concrete informatie, waarbij de antwoorden onderbouwd zijn (SMART).

Bijlage 1 9R Strategiemodel

Circulariteit

'Circulair inkopen, bewuster kiezen' is een van de vier thema's binnen de [duurzaamheidsagenda 2020-2023](#) van Fontys. Om invulling te geven aan de ambitie 'verduurzamen en veranderen met impact' voor het thema circulair inkopen en bewuster kiezen is contract- en leveranciersmanagement van Dienst H&F in 2020 gestart met de toepassing van het 9R strategiemodel (ook wel R-ladder of R-strategieën).

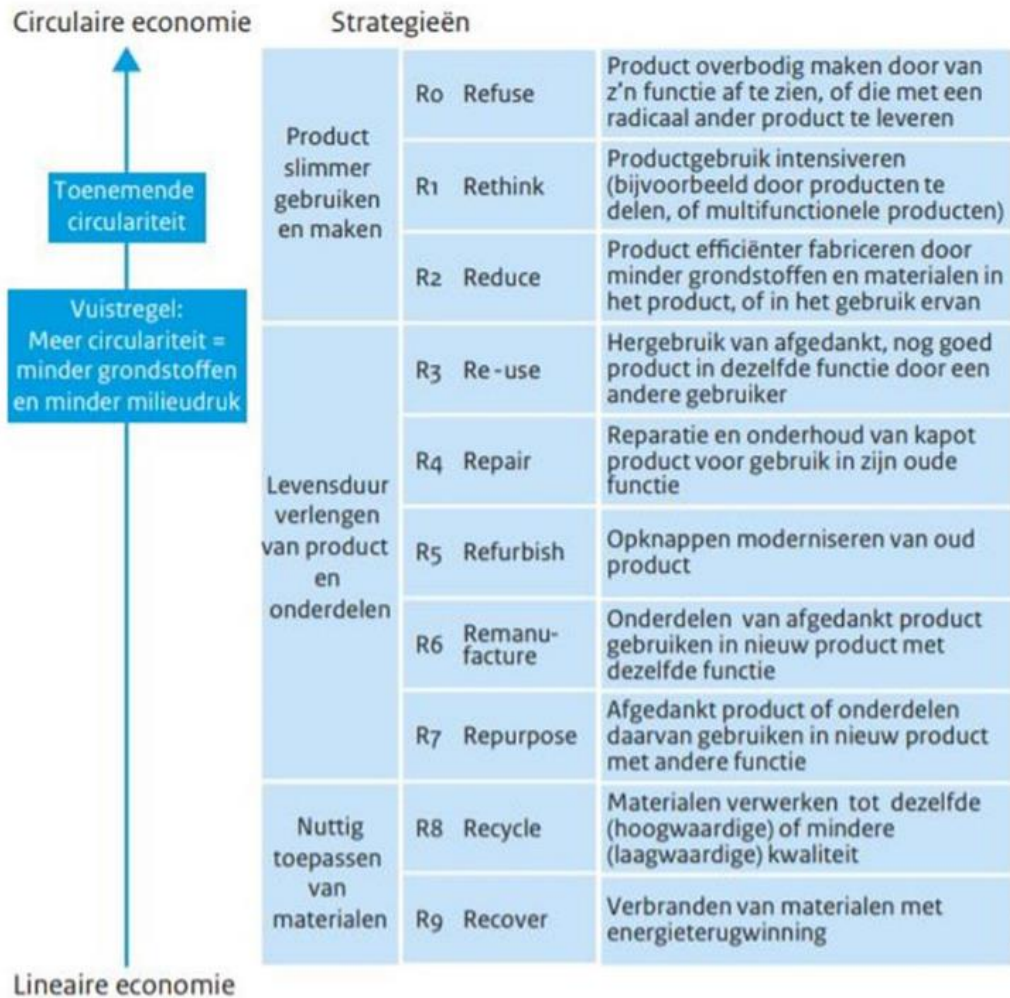
Toelichting 9R strategiemodel

Circulair ondernemen gaat over het **controleren van de grondstoffen- en productenstroom**. De **9R** strategieën zijn een praktisch handvat voor circulair ondernemen en zet in op alle vormen van circulariteit. De R-strategieën zijn uitgewerkt in een R-ladder, waarin ze zijn gerangschikt van meeste naar minste grondstoffenbesparing en geeft systematisch zicht op andere circulaire strategieën dan alleen recycling (zoals hergebruik, reparatie en leasen of delen). De 9R-strategieën staan geordend op de mate van circulariteit. Dat betekent dat de meest circulaire strategie bovenaan staat ('Refuse') en de minst circulaire strategie onderaan ('Recover'), zie figuur 1.

De R-strategie met een **hoge mate van circulariteit** geeft veel mogelijkheden om de waarde van producten en grondstoffen zo lang mogelijk, zo hoog mogelijk te houden (= **waardebehoud**). Een lage mate van circulariteit geeft weinig mogelijkheden om de waarde van producten en grondstoffen zo lang mogelijk, zo hoog mogelijk te houden (= **waardeverlies**). In de praktijk betekent dit dat het niet noodzakelijk is om van R9 in stapjes naar R0 te bewegen. Iedere organisatie en bijbehorende keten kan kiezen voor een of meerdere combinaties van R-waarden die elk op hun manier bijdragen in een hogere mate van circulariteit. Belangrijk aandachtspunt hierbij is dat het gaat om progressie en niet specifiek perfectie. Samenwerking is hierbij uitermate belangrijk om circulariteit succesvol te implementeren en continu te verbeteren. Gedurende de contractfase wil Opdrachtgever samen met Opdrachtnemer dit 9R-model nader gaan uitwerken.

Waarom 9R model?

De R-ladder is een kapstok voor het opzetten en vormgeven van concrete initiatieven en beleidsacties door Opdrachtnemer die bijdragen aan meer circulariteit voor de Opdrachtgever. Dienst H&F van Fontys past de 9R-Strategieën toe als structurele aanpak voor circulair inkopen en contract management van haar contractenportefeuille.



Bron: RLI 2015; bewerking PBL

Bijlage 2 Beantwoordingsmodel

Separate Word bijlage.