

Ref. nr.	Label	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Contract	Social Return	Klopt het dat u 40% van de uren (dus 40% van de ingeschatte 150k per jaar = 60.000) in social return inhuur wilt zien? Dus dat er ter waarde van dat bedrag mensen worden ingezet/ingehuurd met afstand tot de arbeidsmarkt. Of zit er naar verwachting veel budget in 'productie', zodat 40% van de waarde van de uren dus lager is (bv. 100k in productie = 50k in uren – daarvan 40% = 20.000 in social return)?	Er is een onjuiste staffel in de offerteaanvraag opgenomen. De gemeente heeft aandacht voor burgers met afstand tot de arbeidsmarkt. Doelstelling is om de participatie van alle burgers in de samenleving te stimuleren, onder meer door in de uitvoering van opdrachten ruimte te geven voor participatie van bijzondere doelgroepen, bijv. uitkeringsgerechtigden, WSW'ers of schoolverlaters via het instrument SROI (Social Return on Investment). Inzet van alle partijen is nodig om op de meest optimale wijze de participatie te bevorderen. Mede daarom doet de gemeente ook een beroep op marktpartijen die opdrachten voor de gemeente uitvoeren. Gelet op de proportionaliteit van de opdracht stelt de opdrachtgever de SROI-eis bij naar minimaal 2% van de opdrachtwaarde en past de SROI-staffel daarop aan. > 5% = 100 punten 5% = 80 punten 4% = 60 punten 3% = 40 punten 2% = 20 punten <2% = 0 punten
2	Inhoud	4.5 Plan van aanpak (blz 16 Offerte aanvraag)	Begrijpen wij goed dat jullie de strategie en de vertaling van het merk Wij.Doen.Groen vertaald in een video willen zien? Of willen jullie een video zien, die hoort bij de casus van de klimaatburgemeester?	De video is een pitch met de toelichting op het totale Plan van Aanpak dat de inschrijver indient. Dit bestaat uit: Gunningscriterium 2: Vertaling Wij.Doen.Groen, Gunningscriterium 3: Uitwerking casus klimaatburgemeester, Gunningscriterium 4: Projectmanagement en proactiviteit en Gunningscriterium 5: SROI. De inschrijver kan zelf beslissen waar zij de nadruk op legt in de video en hoeft niet op elk criterium terug te komen. De video kan gezien worden als vervanging van een fysieke presentatie; een mogelijkheid om het papieren verhaal iets meer gezicht te geven.
3	Proces	3.5 Planning (blz 7 Offerte aanvraag)	In de planning is geen moment opgenomen voor een persoonlijke presenatie van het plan. Is dit correct?	Dat is juist. De video geeft gelegenheid om het plan persoonlijk te presenteren.
4	Inhoud	Bijlage J En K - Huisstijl.	Bedankt voor het toesturen van de huisstijl elementen van Gemeente Nissewaard en Wij.Doen.Groen. Om volledig aan te sluiten aan de wensen van Gemeente Nissewaard en de huidige strategie van Wij.Doen.Groen, ontvangt Inschrijver graag een handleiding met regels/afspraken omtrent het gebruik van deze huisstijlen, de tone of voice die gehanteerd moet worden, het gebruik van fonts etc. Kunt u deze informatie delen met Inschrijver?	In de extra bijlage L vindt u het Handboek van Wij.Doen.Groen
5	Inhoud	Offerteaanvraag, paragraaf 2.4, blz. 5	De offerteaanvraag noemt dat het Voorwerp het aanbesteden van een strategisch communicatiebureau betreft dat een tactische en operationele vertaling kan maken van het thema duurzaamheid en het merk Wij.Doen.Groen naar een gezicht richting de inwoners van gemeente Nissewaard. Wat wordt concreet bedoeld met een merk vertalen naar "een gezicht"? Is het een specifieke wens of eis om het merk menselijker te maken?	Alle communicatie-uitingen over het onderwerp duurzaamheid door de gemeente Nissewaard moeten herkenbaar zijn aan de stijl Wij.Doen.Groen. De Inschrijver moet in staat zijn om het merk herkenbaar en afwisselend in te zetten voor verschillende type boodschappen binnen het thema Duurzaamheid. Het merk is van zichzelf al menselijk, toegankelijk en luchtig, dus het scherp inzetten en gebruiken van het merk is voldoende.
6	Inhoud	Offerteaanvraag, paragraaf 4.5, blz. 16	De offerteaanvraag noemt dat het plan van aanpak een duidelijke strategie voor de vertaling van het merk Wij.Doen.Groen met een doordachte en onderbouwde rode draad en een heldere vertaling naar concrete communicatiemiddelen moet bevatten. Is het de bedoeling om in het plan van aanpak een de strategie te beschrijven van de manier waarop we na gunning een rode draad gaan bedenken en de manier waarop we het merk vertalen naar concrete communicatiemiddelen (gezien het een plan van aanpak is)? Of is het de bedoeling dat er in dit plan van aanpak al (een aanzet voor) een daadwerkelijke communicatiestrategie voor Wij.Doen.Groen wordt ontwikkeld?	De Aanbestedende dienst ontvangt graag in dit Plan van Aanpak een aanzet voor een communicatiestrategie voor de vertaling van het merk Wij.Doen.Groen. Hierin moet een doordachte rode draad omschreven of zichtbaar zijn en een eerste verbeelding van concrete communicatiemiddelen.
7	Inhoud	Doelgroeponderzoek	Is er al eens doelgroeponderzoek gedaan waarin gevraagd is naar waar de doelgroep behoefte aan heeft, naar of zij Wij.Doen.Groen al kennen en zo ja; hoe zij Wij.Doen.Groen nu ervaren?	Er is geen doelgroepenonderzoek gedaan met betrekking tot de ervaringen met Wij.Doen.Groen.
8	Inhoud	Offerteaanvraag, paragraaf 4.5.2, blz. 17	De offerteaanvraag noemt dat Gemeente Nissewaard lokaal ook een opvolging wil geven aan de acties uit 2022 rondom het klimaatburgemeesterschap. Naar welke acties wordt hier gerefereerd? Dienen we daarvoor de vier links uit bijlage K te gebruiken?	Tijdens de Nationale Klimaatweek 2022 zijn er naast het benoemen van de Klimaatburgemeester nog een aantal andere acties georganiseerd. Er was een interne bijeenkomst voor medewerkers van de gemeente, waarin Helga van Leur een presentatie gaf. Toen werd ook de klimaatburgemeester beedigd en werd de Wij.Doen.Groen-Award uitgereikt aan de duurzaamste afdeling van onze gemeente. Verder waren er extern ook acties. Er stond een kraam op meerdere lokale markten waar inwoners gratis prijsjes konden winnen en waar de gemeente in gesprek ging met de inwoners over verduurzaming. Ook werden er bij supermarkten gratis ledlampen uitgedeeld in ruil voor het invullen van de vragenlijst. Tot slot was er een expeditie waar inwoners langs konden gaan bij inwoners die al duurzame ingrepen hadden gedaan. Dit laatste werd nauwelijks bezocht. Zie https://www.nissewaard.nl/duurzaamheid/duurzaamheid_to/klimaatweek-2022-inspireert-nissewaard.htm

9	Inhoud	Offerteaanvraag, paragraaf 4.5.2, blz. 17	Zijn er eisen verbonden aan het klimaatburgemeesterschap waar kandidaten aan moeten voldoen?	In principe niet, al wil de gemeente graag een enthousiaste klimaatburgemeester kunnen benoemen. Kijk hier voor meer informatie over de landelijke actie: https://nkw2022.nl/klimaatburgemeester
10	Inhoud	Offerteaanvraag, paragraaf 4.5.2, blz. 17	Wat krijgt een klimaatburgemeester terug voor de actieve invulling van deze rol?	In principe niets, de acties komen puur voort uit eigen overtuiging en motivatie.
11	Inhoud	Offerteaanvraag, paragraaf 4.5.2, blz. 17	Wordt de klimaatburgemeester begeleid bij het uitvoeren van de taken?	De acties zijn eigendom van de klimaatburgemeester zelf. Indien gewenst is er ondersteuning van de communicatieadviseur.
12	Inhoud	Projectteam	Bij gunning, hoe groot is dan het team waarmee we samenwerken en uit welke functies bestaat dit team? Deze informatie is nodig om de beste manier van projectmanagement te kunnen bepalen en beschrijven.	Het Programma Duurzaamheid bestaat uit ongeveer 20 medewerkers. In de praktijk zal de Inschrijver voornamelijk contact hebben met 4 (communicatie)adviseurs van het programma die de opdrachten zullen geven.
13	Inhoud	Doelstellingen	De offerteaanvraag noemt dat Gemeente Nissewaard het belangrijk vindt dat inwoners en ondernemers weten wat de gemeente allemaal doet op het gebied van duurzaamheid. Om dit te realiseren is het merk Wij.Doen.Groen ontwikkeld. Maar wat is de concrete doelstelling van Wij.Doen.Groen? Om een strategie te ontwikkelen, zijn één of meerdere doelstellingen nodig.	In de extra bijlage L vindt u het Handboek van Wij.Doen.Groen
14	Inhoud	Algemeen	Wat in eerste instantie voor Inschrijver duidelijk is kan door de Nota van Inlichtingen in een ander daglicht worden geplaatst. Hierdoor kan het noodzakelijk zijn om aanvullende vragen te stellen om opnieuw een duidelijk beeld van zaken te krijgen. Inschrijver neemt aan dat aan de hand van de antwoorden in de Nota van Inlichtingen nog een mogelijkheid bestaat om aanvullende vragen m.b.t. de Nota te stellen. Is deze aannahme juist? Zo niet, waarom geeft de Aanbesteder de Inschrijver niet de volledige ruimte om goed geïnformeerd te worden en te zijn over de opdracht?	De aanbestedende dienst gaat akkoord. Tot uiterlijk 3 mei 2023 10.00 uur kunnen er nog vragen gesteld worden. De planning van de aanbesteding is hierop aangepast. De sluitingsdatum is verschoven naar 23 mei 2023 om 10.00 uur.
15	Inhoud	Geschiktheidseis 3	Onder §4.2.3 geschiktheidseis 3 wordt de volgende kerncompetentie beschreven: "aantoonbare ervaring met communicatie voor het onderwerp duurzaamheid vanuit een overheidsorgaan." Wij hebben ervaring met communicatie voor het onderwerp duurzaamheid vanuit een semi-overheidsinstanties zoals o.a. het Erasmus MC. Gaat de aanbestedende dienst akkoord dat geschiktheidseis 3 ook door een semi-overheidsinstantie kan worden aangetoond?	Daar gaat de Aanbestedende dienst mee akkoord.
16	Contract	Concept overeenkomst	Om een goede implementatie te borgen dienen de juiste personen aanwezig te zijn zowel aan de kant van de opdrachtnemer als opdrachtgever. De ingangsdatum staat nu op 1 augustus deze datu, valt midden in de zomervakantie. Het is niet realistisch om te verwachten dat alle juiste contactpersonen in deze periode aanwezig zijn. Om een juiste implementatie te waarborgen stellen wij voor om de implementatieperiode te laten starten op 1 september 2023. Gaat u akkoord, zo niet ontvangen we graag van u een toelichting.	De ingangsdatum van de overeenkomst wordt gewijzigd naar 1 juli 2023.
17	Inhoud	Offerteaanvraag - 4.2.3 : Geschiktheidseis 3	Met de referentie toetst u of een inschrijver aantoonbare ervaring heeft met communicatie voor het onderwerp duurzaamheid vanuit een overheidsorgaan, dient deze ervaring van een bepaalde omvang te zijn?	De Inschrijver is vrij om ervaringen van elke omvang in te dienen als referentie.
18	Inhoud	Offerteaanvraag - 4.2.3 : Geschiktheidseis 3	Er staat in deze paragraaf dat er per referentie duidelijk aangegeven dient te worden door welke organisatie de referentieopdracht is uitgevoerd. Klopt de aannahme van de inschrijver dat er maar 1 referentie mag worden opgevoerd?	Er kunnen meerdere referenties worden ingediend, zolang deze elk volledig aan de voorwaarden voldoen. Met een maximum van 3 referenties.
19	Inhoud	Offerteaanvraag – GC4 Projectmanagement en proactiviteit	Wat verstaat u onder een 'duidelijk', bedoelt u hiermee SMART? Kunt u dit toelichten?	Dikke van Dale: Duidelijk - gemakkelijk te begrijpen; helder, goed te onderscheiden.
20	Inhoud	Offerteaanvraag – GC4 Projectmanagement en proactiviteit	U geeft aan dat de uitwerking van gunningscriterium 4 beoordeelt wordt op de 'aansluiting van de wensen van gemeente Nissewaard'. Het is Inschrijver onduidelijk wat deze wensen vanuit gemeente Nissewaard inhouden, gezien deze niet in het document geformuleerd zijn. Kunt u deze wensen toelichten?	De gemeente acht het belangrijk dat de continuïteit is geborgd binnen een project, dat de communicatie van het programmteam tactisch en uitvoerend wordt ondersteund, en dat de Inschrijver ook proactief met ideeën komt voor tactische communicatie-uitingen.
21	Inhoud	Offerteaanvraag – GC4 Projectmanagement en proactiviteit	Wat verstaat u onder een 'kort' plan? In het kader van het gelijkheidsbeginsel en het schetsen van dezelfde verwachtingen en kansen aan aanbieders, raden we u aan om Inschrijver kaders mee te geven wat betreft het toegestane A4 voor de uitwerking van gunningscriterium 4. We raden u aan maximaal aantal A4 toe te kennen exclusief afbeeldingen om zo ruimte te laten voor de uitwerking van creatieve uitingen. Hoe staat u hier tegenover?	De Aanbestedende dienst laat graag ruimte voor een creatieve invulling, dus een beperking in aantal A4 is bewust niet opgenomen. Wel vindt de Aanbestedende dienst het van belang dat Inschrijver in staat is kort en bondig te communiceren. Hoe de Inschrijver daar invulling aan geeft, wordt aan Inschrijver zelf gelaten.

22	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Wat verstaat u onder de gekozen strategie? Inschrijver kan dit op twee manieren lezen: 1. De huidige strategie vanuit Gemeente Nissewaard 2. De strategie en rode draad die aanbieder schetst bij de uitwerking van deze vraag. Kunt u deze toelichten?	De gekozen strategie en de rode draad die in §4.5.2 worden genoemd, verwijzen naar het plan dat de Inschrijver in §4.5.1 (Gunningcriterium 2. Vertaling Wij.Doen.Groen) zelf heeft omschreven. De uitwerking van de casus is dus conform de vertaling van Wij.Doen.Groen zoals de Inschrijver het voorstelt.
23	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Het is Inschrijver niet bekend hoe de huidige situatie er uit ziet. U geeft aan dat de uitwerking van gunningscriterium 3 beoordeeld wordt op de mate van originaliteit. Door het niet weten van de huidige situatie is het voor niet zittende aanbieder, onmogelijk om de originaliteit te toetsen voor gemeente Nissewaard. Kunt u toelichten wanneer de uitwerking van gunningscriterium 3 origineel is?	Originaliteit staat in dit geval voor creativiteit en eigenaardigheid, een methode of idee dat niet door iedereen bedacht kan worden en niet al standaard wordt gebruikt. In bijlage K is de huidige inzet van de Klimaatburgemeester geschetst ter referentie.
24	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Wat verstaat u onder een ‘duidelijke strategie’, bedoelt u hiermee SMART? Kunt u dit toelichten?	Dikke van Dale: Duidelijk - gemakkelijk te begrijpen; helder, goed te onderscheiden.
25	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Wat verstaat u onder een ‘kort’ plan? In het kader van het gelijkheidsbeginsel en het schetsen van dezelfde verwachtingen en kansen aan aanbieders, raden we u aan om Inschrijver kaders mee te geven wat betreft het toegestane A4 voor de uitwerking van gunningscriterium 3. We raden u aan maximaal aantal A4 toe te kennen exclusief afbeeldingen om zo ruimte te laten voor de uitwerking van creatieve uitingen. Hoe staat u hier tegenover?	De Aanbestedende dienst laat graag ruimte voor een creatieve invulling, dus een beperking in aantal A4 is bewust niet opgenomen. Wel vindt de Aanbestedende dienst het van belang dat Inschrijver in staat is kort en bondig te communiceren. Hoe de Inschrijver daar invulling aan geeft, wordt aan Inschrijver zelf gelaten.
26	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	U vraagt Inschrijver om de invulling van de rol van de klimaatburgemeester te bedenken en hier een originele uitwerking aan te geven. Echter ligt de expertise van een communicatiebureau in het realiseren van een juiste strategie waarbij de juiste doelgroep bereikt wordt met de juiste boodschap om zoals bij deze opdracht, een nieuwe klimaatburgemeester te werven. Het is daarom niet realistisch om de uitwerking van de invulling van de rol ‘klimaatburgemeester’ bij Inschrijver neer te leggen, dit vraagt om een inhoudelijke andere expertise die niet valt onder de expertise van een communicatiebureau. Hierbij verzoekt de Inschrijver om deze uitvraag te vervallen of anders te formuleren.	Dit verzoek wordt niet gehonoreerd, de Aanbestedende dienst verwacht dit van een tactisch en uitvoerend communicatiebureau.
27	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	U geeft aan dat de Klimaatburgermeester een actieve rol dient te hebben. Hoe ziet u de invulling van de nieuwe rol voor u, wat dient er veranderd te worden van de huidige rol? Wordt er bijvoorbeeld meer verwacht dan het schrijven van een tweewekelijkse column? Blijft hetzelfde format geformuleerd?	Dit zijn vragen die de Inschrijver dient te beantwoorden, het is volledig vrij en naar eigen inzicht in te vullen.
28	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Om een gepaste strategie te realiseren, dient Inschrijver meer inzicht te krijgen in de huidige situatie + uitgezette acties en resultaten. Kunt u aangeven wat er in het afgelopen jaar is uitgezet qua marketingactiviteiten voor de campagne omtrent klimaatburgemeesterschap en wat daar het concrete resultaat van was?	Buiten de acties van het ministerie EZK, heeft de gemeente op de Instagram van Wij.Doen.Groen een berichtje geplaatst en onder eigen contacten rondgevraagd.
29	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	U geeft aan dat het geheel budget geschat is op jaarlijks € 300.000,- excl. Btw. Hoeveel budget is er beschikbaar voor de uitvoering van de campagne voor aanmeldingen van de klimaatburgemeester?	De gemeente gaat uit van een maximum van €10.000 voor de campagne voor het werven van de klimaatburgemeester.
30	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Kunt u aangeven wat de marketingdoelstellingen zijn voor de campagne voor aanmeldingen van de klimaatburgemeester?	De doelstelling is om in ieder geval 1 Klimaatburgemeester te werven die deze rol actief zal invullen.
31	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Wanneer is de uiterlijke datum voor ontvangst van de aanmeldingen voor het klimaatburgermeesterschap?	Dat is nog niet bekend. Afgelopen jaar was de uiterlijke inschrijfdatum op 17 oktober, dat wordt nu als richtlijn genomen. Kijk op https://nkw2022.nl voor meer informatie.
32	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Om concreet invulling te kunnen geven aan deze casus, dient inschrijver meer informatie nodig te hebben wat betreft de gewenste planning en doorlooptijd van de campagne. Kunt u aangeven wat de startdatum is van deze campagne met daarbij horende planning en doorlooptijd?	De Inschrijver kan zelf aangeven welke startdatum en doorlooptijd het nodig denkt te hebben voor de campagne die het voorstelt. Met de uiterste inschrijfdatum van half oktober als mikpunt, is dit een tactische overweging.
33	Inhoud	Offerteaanvraag – GC3 Casus Klimaatburgemeester	Voor gunningscriterium 3 is een beoordelingsaspect: aansluiting op de gekozen strategie en rode draad. Om een juiste aansluiting te kunnen maken, ontvangen we graag de huidige marketingstrategie van het merk Wij Doen. Groen. Zodat inschrijver op een juiste wijze kan inspelen op het beoordelingsaspect. Gaat u hiermee akkoord?	De gekozen strategie en de rode draad die in §4.5.2 worden genoemd, verwijzen naar het plan dat de Inschrijver in §4.5.1 (Gunningcriterium 2. Vertaling Wij.Doen.Groen) zelf heeft omschreven. De uitwerking van de casus is dus conform de vertaling van Wij.Doen.Groen zoals de Inschrijver het voorstelt.

34	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	In het kader van het gelijkheidsbeginsel en het schetsen van dezelfde verwachtingen en kansen aan aanbieders, raden we u aan om Inschrijver kaders mee te geven wat betreft het toegestane A4 voor de uitwerking van gunningscriterium 2. We raden u aan maximaal aantal A4 toe te kennen exclusief afbeeldingen om zo ruimte te laten voor de uitwerking van creatieve uitingen. Hoe staat u hier tegenover?	De Aanbestedende dienst laat graag ruimte voor een creatieve invulling, dus een beperking in aantal A4 is bewust niet opgenomen. Wel vindt de Aanbestedende dienst het van belang dat Inschrijver in staat is kort en bondig te communiceren. Hoe de Inschrijver daar invulling aan geeft, wordt aan Inschrijver zelf gelaten.
35	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat het promotiefilmpje niet deel uitmaakt van de beoordeling van het plan van aanpak. Hoe borgt u dat het promotiefilmpje geen invloed heeft op de beoordeling en geen onderdeel uitmaakt van het beoordelingsproces?	Het filmpje is onderdeel van het Plan van Aanpak, het is een toelichting ter vervanging van een fysieke presentatie. Aangezien het een toelichting is op het Plan van Aanpak, wordt het als onderdeel van het plan van aanpak gezien en dus meegenomen in de beoordeling van de verschillende gunningcriteria. Het heeft dus geen aparte beoordelingcriteria, maar wordt wel beoordeeld binnen de verschillende gunningscriteria.
36	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	Het is voor de inschrijver niet helder wat u verstaat onder een ‘duidelijke strategie’, bedoelt u hiermee SMART? Kunt u dit toelichten?	Dikke van Dale: Duidelijk - gemakkelijk te begrijpen; helder, goed te onderscheiden.
37	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat de uitwerking van gunningscriterium 2 ‘een positieve insteek’ moet bevatten. Wederom is he ‘positief’ is een subjectief begrip waardoor de beoordeling hiervan niet objectief te meten is. Kunt u toelichten wat u onder ‘een positieve insteek’ verstaat?	Communicatie kan niet volledig objectief beoordeeld worden. Het gevoel dat men krijgt door het zien en lezen van een bepaalde uiting is cruciaal voor het landen van de juiste boodschap. Daarom zijn er criteria opgenomen die niet volledig objectief zijn, maar juist het gevoel vatten dat bereikt dient te worden. Daarnaast worden de plannen door meerdere personen individueel beoordeeld waarna tot een consensus wordt gekomen. Onder een positieve insteek wordt verstaan dat het inwoners enthousiast aanspreekt. Het licht voornamelijk de voordelen uit van verduurzaming op alle vlakken en heeft de hoopvolle boodschap dat wij samen allemaal iets kunnen doen om de klimaatcrisis zo goed mogelijk op te kunnen vangen.
38	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat het gebruik van beeldmateriaal meegenomen wordt in de beoordeling van gunningscriterium 2. Wanneer scoort een inschrijver goed op dit beoordelingsaspect?	Het moet aanwezig zijn, verschillende invullingen hebben, de strategie die geschetst wordt door de Inschrijver zichtbaar maken, en aansluiten op Wij.Doen.Groen.
39	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat het gebruik van beeldmateriaal meegenomen wordt in de beoordeling van gunningscriterium 2. Geeft u hierbij aan dat het veel gebruikmaken van beeldmateriaal in de uitwerking van gunningscriterium 2 wenselijk is?	De kwantiteit is niet relevant, het gaat om de kwaliteit. De strategie en rode draad die door de Inschrijver worden geschetst moeten herkenbaar zijn in het beeldmateriaal. Aangezien communicatie-uitingen voor een groot deel om vormgeving draaien, moet de gemeente zien hoe de Inschrijver de eigen invulling voor zich ziet en vormgeeft.
40	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat de uitwerking van gunningscriterium 2 ‘leuk’ moet zijn. ‘Leuk’ is een subjectief begrip waardoor de beoordeling hiervan niet objectief te meten is. Kunt u toelichten wat u onder het begrip ‘Leuk’ verstaat?	Communicatie kan niet volledig objectief beoordeeld worden. Het gevoel dat men krijgt door het zien en lezen van een bepaalde uiting is cruciaal voor het landen van de juiste boodschap. Daarom zijn er criteria opgenomen die niet volledig objectief zijn, maar juist het gevoel vatten dat bereikt dient te worden. Daarnaast worden de plannen door meerdere personen individueel beoordeeld waarna tot een consensus wordt gekomen. Dikke van Dale: Leuk - prettig stemmend, plezier opleverend. Het heeft een positieve insteek. Onder een positieve insteek wordt verstaan dat het inwoners enthousiast aanspreekt. Het licht voornamelijk de voordelen uit van verduurzaming op alle vlakken en heeft de hoopvolle boodschap dat wij samen allemaal iets kunnen doen om de klimaatcrisis zo goed mogelijk op te kunnen vangen.
41	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat Inschrijver de juiste tone of voice dient te gebruiken in de uitwerking van gunningscriterium 2. Kunt u toelichten wat u verstaat onder ‘de juiste tone of voice’?	In de extra bijlage L vindt u het Handboek van Wij.Doen.Groen
42	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U geeft aan dat het geheel budget geschat is op jaarlijks € 300.000,- excl. Btw. Hoeveel budget is er beschikbaar voor de uitvoering van gunningscriterium 2? Met dit gegeven kan de inschrijver rekening houden bij het opstellen van het plan van aanpak, zodat het bijdraagt aan realisme.	Deze vertaling wordt voor deze aanbesteding ontwikkeld en is daarna de basis voor de uitvoering van alle communicatieopdrachten. Er is dus geen specifiek budget voor deze vertaling beschikbaar, maar voor de opdrachten die hiermee worden uitgevoerd.
43	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	U vraagt om een strategie waarbij een vertaling wordt gemaakt van het merk Wij.Doen.Groen. Om deze vertaling en aansluiting te borgen is kennis van de huidige marketingstrategie en daarbij horende activiteiten noodzakelijk. Kunt u de huidige marketingstrategie van het merk Wij.Doen.Groen met marketingactiviteiten en doelstellingen van afgelopen jaar, delen met Inschrijver? Op deze wijze borgt u dat goede campagnes blijven doorlopen, en we focussen op hetgeen wat beter kan. Hierdoor kan Inschrijver een passende strategie vormen voor de inschrijving.	Er wordt gevraagd om een nieuwe strategie aan de hand van de richtlijnen van Wij.Doen.Groen zoals beschreven in de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen). Hiervoor is kennis van voorgaande marketingactiviteiten niet noodzakelijk.

44	Inhoud	Offerteaanvraag – GC2 Vertaling Wij.Doen.Groen	Om de marketingstrategie aan te laten sluiten op de doelgroep, dient inschrijver een concreet beeld te hebben van de doelgroep van gemeente Nissewaard. Kunt u de doelgroep ‘inwoners en ondernemers van gemeente Nissewaard’, specifiek omschrijven wat betreft leeftijd (minimum, maximum) en type ondernemers (mkb, internationale bedrijven, zzp’ers) met behulp van een doelgroeprofiel of segmentatiemodel?	Nee, dat is per project verschillend en ook afhankelijk van uw eigen invulling en advies.
45	Inhoud	Offerteaanvraag – GC5 SROI	De inschrijver beschouwt het verdubbelen van deze eis in arbeidsuren als een waardevolle bijdrage en realistisch voor deze opdracht. U verlangt dat minimaal 40% van de geschatte arbeidsuren (exclusief btw) wordt besteed aan social return voor deze opdracht. De inschrijver acht deze eis echter te hoog en niet realistisch. De inschrijver vraagt daarom om de eis bij te stellen tot een maximale SROI-percentages van 10%, zodat u een aanzienlijk hogere doelstelling heeft dan de minimale verplichting en een reëel inzetpercentage aan de markt vraagt. Gaat u hiermee akkoord, zo niet graag uw toelichting.	Er is een onjuiste staffel in de offerteaanvraag opgenomen. De gemeente heeft aandacht voor burgers met afstand tot de arbeidsmarkt. Doelstelling is om de participatie van alle burgers in de samenleving te stimuleren, onder meer door in de uitvoering van opdrachten ruimte te geven voor participatie van bijzondere doelgroepen, bijv. uitkeringsgerechtigden, WSW’ers of schoolverlaters via het instrument SROI (Social Return on Investment). Inzet van alle partijen is nodig om op de meest optimale wijze de participatie te bevorderen. Mede daarom doet de gemeente ook een beroep op marktpartijen die opdrachten voor de gemeente uitvoeren. Gelet op de proportionaliteit van de opdracht stelt de opdrachtgever de SROI-eis bij naar minimaal 2% van de opdrachtwaarde en past de SROI-staffel daarop aan. > 5% = 100 punten 5% = 80 punten 4% = 60 punten 3% = 40 punten 2% = 20 punten <2% = 0 punten
46	Inhoud	Offerteaanvraag – GC5 SROI	Opdrachtnemer is verplicht om 5% van de omzet te besteden aan social return. Voor onderhavige opdracht wordt echter een raamovereenkomst afgesloten, waarbij de gemeente Nissewaard geen afname of omzet garandeert. De verhouding in het toekennen van opdrachten kan per contractjaar wijzigen. Wat beschouwt u derhalve als ‘de omzet’ en hoe kan een Inschrijver op voorhand een verplichting tot social return aangaan, zonder dat de daadwerkelijk omzet per jaar uit de opdracht bekend is?	De social return opgave wordt berekend over de daadwerkelijke opdrachtwaarde. In eerste instantie wordt er aan de hand van de inschrijving en raming een inschatting gemaakt, waarna deze (jaarlijks) wordt bijgesteld aan den hand van de daadwerkelijke opdrachtwaarde (omzet).
47	Inhoud	Offerteaanvraag – GC5 SROI	In paragraaf 3.24 geeft u aan “Voor deze opdracht is Social Return als verplichting van toepassing. Ten minste 5% van de opdrachtwaarde dient ingezet te worden ten behoeve van Social Return.” Hoe staat dit in verhouding met gunningscriterium 5 SROI, waar het mogelijk is om in te schrijven met een SROI percentage van 1%?	Er is een onjuiste staffel in de offerteaanvraag opgenomen. De gemeente heeft aandacht voor burgers met afstand tot de arbeidsmarkt. Doelstelling is om de participatie van alle burgers in de samenleving te stimuleren, onder meer door in de uitvoering van opdrachten ruimte te geven voor participatie van bijzondere doelgroepen, bijv. uitkeringsgerechtigden, WSW’ers of schoolverlaters via het instrument SROI (Social Return on Investment). Inzet van alle partijen is nodig om op de meest optimale wijze de participatie te bevorderen. Mede daarom doet de gemeente ook een beroep op marktpartijen die opdrachten voor de gemeente uitvoeren. Gelet op de proportionaliteit van de opdracht stelt de opdrachtgever de SROI-eis bij naar minimaal 2% van de opdrachtwaarde en past de SROI-staffel daarop aan. > 5% = 100 punten 5% = 80 punten 4% = 60 punten 3% = 40 punten 2% = 20 punten <2% = 0 punten
48	Inhoud	Bijlage A – Programma van eisen	U vraagt in het programma van eisen om spoedopdrachten uit te voeren en daarbij binnen 48 uur een concept op te leveren. Wij nemen aan dat weekenden en feestdagen buiten deze 48 uur vallen. Kunt u dit bevestigen?	Ja dat klopt.
49	Inhoud	Bijlage C - Inschrijfformulier	Kan de inschrijver aannemen dat de urenverdeling van 200 uur gebaseerd is op de huidige situatie?	Nee, zoals benoemd zijn het fictieve uren.
50	Contract	Concept overeenkomst	Kunt u bevestigen dat artikel 5 van de conceptovereenkomst niet van toepassing is op deze opdracht?	Dat is onjuist. SROI is wel van toepassing. Zie ook het antwoord op vraag 1.

51	Inhoud	Offerteaanvraag – Planning	Inschrijver kijkt met veel interesse naar deze Europese aanbesteding van de gemeente Nissewaard. Bij de beoordeling van de planning zien wij dat de deadline voor het indienen van de inschrijving gepland staat op 16 mei 2023. Gezien de aanbesteding in een periode met feestdagen en meivakantie valt vragen wij u om de uiterste inleverdatum aan te passen naar dinsdag 23 mei 2023, zodat er een degelijk en redelijk inschrijftermijn wordt gehanteerd. Zo zorgen we ervoor dat u, als Aanbestedende Dienst, een deugdelijke concurrerende aanbieding ontvangt die kwalitatief hoogwaardig is. We menen dat dit verzoek geen afbreuk doet aan het goede verloop van de procedure en geen gevaar vormt voor uw bedrijfscontinuïteit of startdatum van de opdracht. We hopen dat u dan ook enige flexibiliteit toestaat en akkoord gaat met de verruiming van de deadline. Kunt u akkoord gaan met dit voorstel? Zo niet, ontvangt Inschrijver graag uw voorstel.	De aanbestedende dienst gaat hiermee akkoord en heeft de planning hierop aangepast.
52	Inhoud	Offerteaanvraag - Beoordelingscriterium	Uit het transparantiebeginsel vloeit voort dat alle eisen, gunningscriteria en voorwaarden in aankondiging of bestek duidelijk, precies en ondubbelzinnig moeten worden geformuleerd. Het beeld dat u schetst dat de beoordelingscommissie de objectieve criteria bepaald, is in strijd met het transparantiebeginsel en kan op gespannen voet staan met het gelijkheidsbeginsel. Vandaar het verzoek om kenbaar te maken op basis van welke objectieve criteria wordt bepaald of een uitwerking de verwachtingen overstijgt?	Communicatie kan niet volledig objectief beoordeeld worden. Het gevoel dat men krijgt door het zien en lezen van een bepaalde uiting is cruciaal voor het landen van de juiste boodschap. Daarom zijn er criteria opgenomen die niet volledig objectief zijn, maar juist het gevoel vatten dat bereikt dient te worden. Daarnaast worden de plannen door meerdere personen individueel beoordeeld waarna tot een consensus wordt gekomen.
53	Inhoud	Offerteaanvraag - Beoordelingscriterium	U benoemt hier een drietal kernpunten in de toelichting waarop de inschrijving in het kader van kwaliteit wordt beoordeeld. Deze kernpunten zijn onzes inziens echter voor meerdere interpretaties vatbaar. Zo benoemt u 'aansluiting op de doelstellingen' als kernpunt, maar wordt op basis van de beschrijving niet duidelijk wat de doelstellingen zijn en wanneer de aansluiting als positief dan wel als negatief wordt beoordeeld. Om mogelijke discussie in een later stadium te voorkomen, verzoeken wij u dan ook om de wijze van beoordeling op de drie kernpunten (te weten doelstellingen, aandachtspunten en verwachtingen) te verduidelijken, opdat voor alle inschrijvers helder is hoe de punten uiteindelijk worden toegekend?	Met aansluiting op de doelstelling, aandachtspunten en verwachtingen worden de gunningscriteria van §4.4 en §4.5 bedoeld. Bij gunningscriterium 1 en 5 is de wijze van beoordeling vastgesteld. Voor gunningscriterium 2, 3 en 4 geldt dat communicatie niet volledig objectief beoordeeld kan worden. Het gevoel dat men krijgt door het zien en lezen van een bepaalde uiting is cruciaal voor het landen van de juiste boodschap. Daarom zijn er criteria opgenomen die niet volledig objectief zijn, maar juist het gevoel vatten dat bereikt dient te worden. Daarnaast worden de plannen door meerdere personen individueel beoordeeld waarna tot een consensus wordt gekomen.
54	Inhoud	Offerteaanvraag - Beoordelingscriterium	U geeft in het beoordelingskader weer op pagina 19 van het bestek, dat de beschrijving moet voldoen aan de doelstellingen, aandachtspunten en verwachtingen van Aanbestedende Dienst. Om hier als inschrijver een juiste invulling aan te kunnen geven, is het van belang dat het duidelijk is wat u onder deze drie onderwerpen verstaat. Wat u verstaat onder doelstellingen, aandachtspunten en verwachtingen is in het document niet geformuleerd of terug te lezen. Dit schept voor Inschrijver een grijs gebied, oftewel de gepresenteerde beoordelingsmethodiek laat zeer veel ruimte open voor verschillende interpretaties. Daarmee heeft inschrijver het niet helder wat het onderscheidt betreft, tussen de verschillende scores. Kunt u toelichten wat de doelstellingen, aandachtspunten en verwachtingen zijn van de Aanbestedende Dienst?	Met aansluiting op de doelstelling, aandachtspunten en verwachtingen worden de gunningscriteria van §4.4 en §4.5 bedoeld.
55	Proces	Offerteaanvraag - Beoordelingscommissie	Om onze beantwoording te kunnen laten aansluiten bij de achtergrond van de beoordelingscommissie is het van belang om inzicht te hebben in de samenstelling. Kunt aangeven wat hun rol is in de organisatie?	De beoordelingscommissie bestaat uit communicatieadviseurs en projectleiders.
56	Inhoud	Offerteaanvraag - Planning	Uit ervaring weten wij dat antwoorden uit de eerste Nota van Inlichtingen in sommige gevallen extra vragen oproepen, mede nu soms informatie gedeeld wordt in de Nota van Inlichtingen die eerder niet kon worden voorzien. Hoe staat u er tegenover om een korte tweede vragenronde in te lassen opdat inschrijvers de gelegenheid hebben om mits noodzakelijk op de eerste Nota van Inlichtingen te reflecteren?	Er wordt een 2e nota van inlichtingen toegevoegd. Tot uiterlijk 3 mei 10.00 uur kunnen er nog vragen gesteld worden. De planning is hierop aangepast.
57	Inhoud	Doel / paragraaf 2.4	Het doel is dat het merk zichtbaar is en een rode draad laat zien in wat de gemeente doet op gebied van duurzaamheid (paragraaf 2.4). Maar wat is het doel dat we bij bewoners en ondernemers willen bewerkstelligen? Wat moet bij hen veranderen, bijvoorbeeld in termen van gedrag? Of wordt dit straks per deelproject uitgewerkt?	Het is per project afhankelijk wat het doel is van de communicatie. Veelal zal het neerkomen op kennis delen met inwoners, de mogelijkheden en voordelen van duurzame ingrepen laten zien en hen activeren om zelf duurzame acties te ondernemen in de breedste zin van het woord.

58	Inhoud	Uitvoering campagnes, acties, communicatie / paragraaf 4.5	U vraagt een strategie- en uitvoeringsplan waarin het duurzaamheidsmerk vertaald wordt in concrete campagnes, acties, tekst en beeld (paragraaf 4.5). • Klopt het dat de vertaling van Wij.Doen.Groen breder is dan alleen een creatief concept en vormgeving? • Is een uitvoeringsplan van de bekende / bestaande projecten met concrete acties gewenst? • Welke disciplines zijn binnen de gemeente bij betrokken bij Wij.Doen.Groen? • Wordt er een nieuw creatief concept gevraagd? Mag de bestaande huisstijl worden verrijkt?	• Dat klopt, de vertaling van Wij.Doen.Groen zit in alle aspecten die helpen om de boodschap over te brengen aan de inwoner. • In de uitwerking van dit voorstel hoeft u geen rekening te houden met bestaande projecten. • Het Programma Duurzaamheid is betrokken bij Wij.Doen.Groen. Daarom zullen alle duurzame projecten die worden gedaan door de gemeente onder het merk van Wij.Doen.Groen gecommuniceerd worden. Binnen het programma Duurzaamheid zijn allerhande communicatieadviseurs en projectleiders betrokken. • Het merk Wij.Doen.Groen is op dit moment naar tevredenheid. De Aanbestedende Dienst vraagt om een passende toepassing van het merk. Een plan hoe het bestaande merk het beste gebruikt kan worden. Als daarvoor verrijking van de huisstijl nodig is in de ogen van de Inschrijver, kan dat worden ingediend. Zie ook de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen).
59	Inhoud	Plan van Aanpak / paragraaf 4.5	• De inschrijver dient een helder en concreet plan van aanpak te schrijven ondersteunt met een filmpje van maximaal 5 minuten (paragraaf 4.5). Dient het filmpje enkel ter toelichting/ondersteuning van het Plan van Aanpak, of dient het (tevens) een beeld te geven van de campagne van het merk Wij.Doen.Groen? • Indien het eerste, gaat het dan met name om het tonen van de strategie voor de doorvertaling van het merk of de uitwerking van de casus klimaatburgemeester, of beide? Of is de inschrijver hier vrij in?	De video is een pitch met de toelichting op het totale Plan van Aanpak dat de inschrijver indient. Dit bestaat uit: Gunningscriterium 2 Vertaling Wij.Doen.Groen, Gunningscriterium 3 Uitwerking casus klimaatburgemeester, Gunningscriterium 4 Projectmanagement en proactiviteit en Gunningscriterium 5 SROI. De inschrijver kan zelf beslissen waar zij de nadruk op legt in de video en hoeft niet op elk criterium terug te komen. De video kan gezien worden als vervanging van een fysieke presentatie; een mogelijkheid om het papieren verhaal iets meer gezicht te geven.
60	Contract	Prijs/ paragraaf 2.4 Voorwerp van aanbesteding	• De verwachte omzet is €300.000,- per jaar (paragraaf 2.4). De overeenkomst is voor een periode van 4 jaar, met ingang van 1 augustus 2023 tot 31 juli 2027. Dat is dus een budget van maximaal 1,8 miljoen in totaal. Voor de beoordeling van het gunningscriterium ‘prijs’ wordt uitgegaan van de totale fictieve inschrijfsom (paragraaf 4.4). Wat wordt bedoeld met een ‘fictieve inschrijfsom’?	In Bijlage C Inschrijfformulier, wordt de Inschrijver geacht om op basis van een fictieve urenverdeling de tarieven van de verschillende rollen in te vullen. Het totaal bedrag van de tarieven maal de uren vormt de fictieve inschrijfsom.
61	Inhoud	Platform WijDoenGroen.nu / paragraaf 2.3	• Er bestaat al een platform waar bewoners, ondernemers of andere initiatiefnemers hun idee podium kunnen geven en een toolbox om zelf aan de slag te gaan met duurzaamheid. In hoeverre wordt dit kanaal al gevonden en gebruikt door de doelgroepen? Is het verrijken van dit platform deel van de uitvraag?	Dit platform zal dit jaar nog volledig uitgefaseerd worden. Wij.Doen.Groen is het label waar duurzame projecten van de gemeente onder gecommuniceerd worden. Zie ook de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen).
62	Inhoud	Social return / paragraaf 3.24	De gemeente Nissewaard hecht waarde aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daarom zijn opdrachtnemers verplicht om ten minste 5% van de opdrachtwaarde in te zetten t.b.v. Social Return (paragraaf 3.24). Daarnaast wordt in de uitvraag de wens geuit om ten minste 40% van de geschatte arbeidsuren ingezet te worden ten behoeve van social return (4.5.4). Betekent dit letterlijk dat 40% van de door de opdrachtnemer gemaakte uren idealiter vervuld wordt door mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt of een beperking?	Zie het antwoord op vraag 1.
63	Inhoud	Programma Duurzaamheid	• Welke projecten en activiteiten lopen er momenteel? Zijn deze allemaal terug te vinden op het platform WijdoenGroen.nu • Hanteert de gemeente momenteel al communicatie-uitgangspunten bij duurzaamheidsprojecten, of maakt de invulling daarvan deel uit van de uitvraag? • Met welke lokale en regionale partijen werkt de gemeente samen aan duurzaamheidsprogramma's? Bijvoorbeeld bij de uitvoering en/of communicatie. • Wat waren de ervaringen met betrokkenheid van de inwoners met bijv. Ontwikkeling van de visie warmtetransitie?	• Er lopen momenteel ontzettend veel verschillende activiteiten en projecten. Denk aan acties voor tegelwippen, energiearmoede, aardgasvrij maken van woningen, bewustwording op circulariteit, enzovoorts. Deze staan niet op wijdoengroen.nu omdat die website nu al nauwelijks meer in gebruik is. • Wij.Doen.Groen wordt voor elke communicatie-uiting over duurzame projecten gebruikt. Zie ook de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen). • De samenwerking is per project afhankelijk. De samenwerkingspartners kunnen uiteenlopen van woningcorporaties, het waterschap, Voorne-Putten, lokale ondernemers, andere gemeenten, enzovoorts. • De ervaringen met het betrekken van inwoners zijn wisselend. Sommige inwoners zijn betrokken en denken graag mee, anderen zijn meer afwachting.

64	Inhoud	Casus de Klimaatburgemeester (paragraaf 4.5.2.)	Afgelopen jaar waren er niet tot nauwelijks aanmeldingen voor het klimaatburgemeesterschap.’ Heeft de gemeente feedback teruggekregen waarom er weinig aanmeldingen waren voor klimaatburgemeester? • Klopt het dat de vraag tweeledig is: 1. Een nieuwe invulling van de rol van Klimaatburgemeester. 2. Een manier om inwoners te enthousiasmeren om zich op te geven als Klimaatburgemeester. • Omvat de huidige rol van de Klimaatburgermeester: - o 2 wekelijks een column in de lokale krant over lokale en duurzame initiatieven - o Met eens in de 4 weken een bijgevoegd filmpje - o Aanwezig bij bijeenkomsten - o Juridisch van een challenge • Is de invulling van de rollen van de klimaatburgemeester door haarzelf bedacht, of is dit een opdracht die hoort bij de rol? Ofwel: kan de nieuwe klimaatburgemeester zelf bepalen hoe hij/zij de rol invult? • Is de gemeente gebonden aan het concept van een Klimaatburgemeester, of kan dit ook een geheel andere invulling krijgen?	Nee, de gemeente heeft geen feedback teruggekregen waarom er weinig aanmeldingen waren voor klimaatburgemeester. • Correct, de vraag is tweeledig. • Correct, de rol van de klimaatburgemeester is momenteel zo ingevuld. • De invulling van haar rol is voor het grootste deel haar eigen initiatief, maar er is ook overleg geweest tussen medewerkers van de gemeente en de klimaatburgemeester over aanvullende taken die zij vanuit haar rol kan uitvoeren, zoals het aanwezig zijn bij bepaalde bijeenkomsten. De bedoeling is echter dat de klimaatburgemeester niet een spreekbuis is van de gemeente, maar echt haar eigen rol en kritische blik heeft op alles wat er gebeurt. • Het concept van de Klimaatburgemeester is gelinkt aan de landelijke actie 'Nationale Klimaatweek'. Daarom is de gemeente inderdaad gebonden aan de basis van het concept. Binnen dit concept is er voldoende vrijheid voor een eigen invulling. Kijk op https://nkw2022.nl/klimaatburgemeester voor meer informatie.
65	Proces	Concept overeenkomst	Vind er een overdrachtsperiode plaats tussen de huidige opdrachtnemer en de eventuele nieuwe opdrachtnemer?	De gemeente Nissewaard draagt er zorg voor dat een nieuwe opdrachtnemer goed van start kan gaan.
66	Proces	Concept overeenkomst	Welke implementatieperiode is op deze opdracht van toepassing?	De gemeente Nissewaard draagt er zorg voor dat een nieuwe opdrachtnemer goed van start kan gaan. De startdatum is 1 juli 2023.
67	Inhoud	Offerteaanvraag – Gunningscriterium 2 Vertaling Wij.Doen.Groen	Inschrijver wenst graag de goede elementen te behouden en mee te nemen in de uitwerking van de strategie. Kunt u inzicht geven in welke marketingactiviteiten succes hadden en welke activiteiten minder het afgelopen jaar, zodat we dit in de toekomst kunnen voorkomen?	Er wordt gevraagd om een nieuwe strategie aan de hand van de richtlijnen van Wij.Doen.Groen zoals beschreven in de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen). Hiervoor is kennis van voorgaande marketingactiviteiten niet noodzakelijk.
68	Inhoud	Offerteaanvraag – Gunningscriterium 2 Vertaling Wij.Doen.Groen	Kunt u aangeven hoeveel kanalen er nu gebruikt worden en welk bereik dit genereert?	Facebook Gemeente Nissewaard (10K volgers), Instagram Gemeente Nissewaard (1,5K volgers), LinkedIn Gemeente Nissewaard (6K volgers), website, persberichten, lokale nieuwsbrieven.
69	Inhoud	Offerteaanvraag – Gunningscriterium 2 Vertaling Wij.Doen.Groen	Wat wil de gemeente Nissewaard bereiken met de vertaling van het merk Wij.Doen.Groen? Oftewel wat zijn de marketingdoelstellingen vanuit gemeente Nissewaard ten behoeve van gunningscriterium 2?	Zie de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen) voor de doelstellingen van Wij.Doen.Groen.
70	Inhoud	Strategie	Wij lezen “Het plan van aanpak moet gericht zijn op het tactisch en uitvoerend ondersteunen van de doorlopende communicatie binnen de vastgestelde strategie van het Programma Duurzaamheid” Zou het mogelijk zijn om de strategie die genoemd is te ontvangen?	Extra bijlage M: het programmaplan van het programma Duurzaamheid van de gemeente Nissewaard.
71	Proces	Referentieopdrachten	Er wordt benoemd dat per kerncompetentie één relevante referentieopdracht is. Hoeveel referentieopdrachten mogen wij indienen?	Er kunnen meerdere referenties worden ingediend, zolang deze elk volledig aan de voorwaarden voldoen. Met een maximum van 3 referenties.
72	Inhoud	Kerncompetenties	In de offerteaanvraag hebt u het over kerncompetenties. Wij lezen echter maar één kerncompetentie, klopt dit of zij er nog meer competenties?	Dat klopt, het is één kerncompetentie.
73	Inhoud	Concept	Zou het mogelijk zijn om ons te voorzien van meer informatie over het huidige concept? Zoals uitgangspunten, visie of tone of voice?	Zie de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen).
74	Inhoud	Huisstijlhandboek	In de bijlagen kunnen wij geen compleet huisstijlhandboek vinden. Is er een huisstijlhandboek en richtlijnen waar wij ons aan moeten houden?	Zie de extra bijlage L (Handboek Wij.Doen.Groen).
75	Contract	Budget	Valt het inkopen van media en productie ook binnen het budget?	Ja dat klopt.
76	Inhoud	Projecten	Kunt u een beeld geven van het aantal en soort projecten dat u ongeveer per jaar verwacht?	Nee dat is niet mogelijk.
77	Proces	Video	Wij lezen dat er een video van vijf minuten gemaakt moet worden bij het plan van aanpak. Klopt het dat er hiernaast dus geen fysieke presentatie is?	De video is een pitch met de toelichting op het totale Plan van Aanpak dat de inschrijver indient. Dit bestaat uit: Gunningscriterium 2 Vertaling Wij.Doen.Groen, Gunningscriterium 3 Uitwerking casus klimaatburgemeester, Gunningscriterium 4 Projectmanagement en proactiviteit en Gunningscriterium 5 SROI. De inschrijver kan zelf beslissen waar zij de nadruk op legt in de video en hoeft niet op elk criterium terug te komen. De video kan gezien worden als vervanging van een fysieke presentatie; een mogelijkheid om het papieren verhaal iets meer gezicht te geven.
78	Inhoud	3.24 SROI en 4.5.4. Gunningscriterium SROI	Tenminste 5% van de opdrachtwaarde dient ingezet te worden tbv social return. In 4.5.4 wordt gesteld dat de gemeente de wens heeft dat 40% van de geschatte arbeidsuren ingezet worden tbv social return. Gaat het hier om 40% van het social return bedrag? Kan de gemeente hier meer uitleg over geven?	Zie antwoord vraag 1.
79	Inhoud	3.24 SROI en 4.5.4. Gunningscriterium SROI	De gemeente legt een social return verplichting op. In paragraaf 4.5.4 staat ook dat een organisatie die minder van 1% inzet, voor dit gunningscriterium geen punten scoort. Is dit niet tegenstrijdig met de verplichting van inzet van SR?	Zie antwoord vraag 1.

80	Inhoud	4.5. Plan van aanpak	De inschrijver dient een een plan van aanpak inclusief een filmpje van maximaal 5 minuten in te leveren. Is het filmpje een verplicht onderdeel? Aangezien het filmpje niet beoordeeld wordt.	De video is een pitch met de toelichting op het totale Plan van Aanpak dat de inschrijver indient. Dit bestaat uit: Gunningscriterium 2 Vertaling Wij.Doen.Groen, Gunningscriterium 3 Uitwerking casus klimaatburgemeester, Gunningscriterium 4 Projectmanagement en proactiviteit en Gunningscriterium 5 SROI. De inschrijver kan zelf beslissen waar zij de nadruk op legt in de video en hoeft niet op elk criterium terug te komen. De video kan gezien worden als vervanging van een fysieke presentatie; een mogelijkheid om het papieren verhaal iets meer gezicht te geven. Het filmpje is onderdeel van het Plan van Aanpak, het is een toelichting ter vervanging van een fysieke presentatie. Aangezien het een toelichting is op het Plan van Aanpak, wordt het als onderdeel van het plan van aanpak gezien en dus meegenomen in de beoordeling van de verschillende gunningcriteria. Het heeft dus geen aparte beoordelingcriteria, maar wordt wel beoordeeld binnen de verschillende gunningscriteria.
81	Inhoud	4.2.3. Geschiktheidseis 3	Mag inschrijver meer dan 1 referentieopdracht inleveren?	Er kunnen meerdere referenties worden ingediend, zolang deze elk volledig aan de voorwaarden voldoen. Met een maximum van 3 referenties.
82	Inhoud	4.2.3. Geschiktheidseis 3	Indien een campagne langer dan 3 jaar geleden is ontwikkeld maar nog lopend is en waarvoor nog middelen ontwikkeld worden, mag deze dan als referentieopdracht ingediend worden?	Ja dat mag.
83	Inhoud	Bijlage F: Bestektekst Social Return on Investment	In hoeverre kan inschrijver al invulling geven aan de SROI indien nog niet duidelijk is welke werkzaamheden gedaan moeten worden en ook de hoogte van de bedragen nog niet bekend zijn? Biedt de gemeente hiervoor hulp aan de inschrijver?	De social return opgave wordt berekend over de daadwerkelijke opdrachtwaarde. In eerste instantie wordt er aan de hand van de inschrijving en raming een inschatting gemaakt, waarna deze (jaarlijks) wordt bijgesteld aan den hand van de daadwerkelijke opdrachtwaarde (omzet).
84	Inhoud	Bijlage I: Formulier Referenties Kerncompetenties	Zijn er eisen rondom de lengte van de omschrijving van het project?	De Inschrijver is vrij om ervaringen van elke omvang in te dienen als referentie.
85	Inhoud	Bijlage I: Formulier Referenties Kerncompetenties	Mag inschrijver ook beeldmateriaal toevoegen ter verduidelijking van het referentieproject?	Ja dat mag.