

Aanbestedingsdocument

Europese openbare aanbesteding Marketing- en Communicatiediensten

Aanbestedende dienst:

Zone.college

Opgesteld door:

Zone.college en InkoopMeesters

Datum:

23 oktober 2023

Versie

Definitief

Voorwoord

Dit aanbestedingsdocument bevat informatie over de Europese openbare aanbesteding Marketing- en Communicatiediensten van Zone.college. In dit document leest u over aanbestedende dienst, de opdracht, de procedure, de eisen ten aanzien van inschrijvers, de eisen en vragen ten aanzien van de opdracht en de wijze van beoordeling. Alle beslissingen zijn in dit document beschreven en gemotiveerd.

Inhoud

1.	Aan te besteden opdracht.....	5
1.1	Aanbestedende dienst.....	5
1.2	Aan te besteden opdracht.....	5
1.2.1	Doelstelling van de opdracht.....	6
1.2.2	Doelstelling van de aanbesteding	7
1.2.3	Omvang van de aan te besteden opdracht	7
1.2.4	Vereiste kerncompetenties bij de aan te besteden opdracht.....	8
1.2.5	Samenvoeging van opdrachten	8
1.2.6	Verdeling in percelen.....	8
1.2.7	Te sluiten overeenkomst	8
1.2.8	Toepasselijke Algemene Voorwaarden	9
1.2.9	Kritische Prestatie Indicatoren	9
2.	Procedure	11
2.1	Toepasselijke wetgeving.....	11
2.2	Toepasselijke procedure	11
2.3	Gunningscriterium.....	11
2.4	Planning	11
2.5	Contactpersoon	12
2.6	Onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken	12
2.7	Vragen	12
2.8	Niet-Nederlandse inschrijvers	12
2.9	Voorbehoud.....	12
2.10	Inschrijfkosten	13
2.11	Vertrouwelijkheid	13
2.12	Vormvereisten	13
2.12.1	Taal	13
2.12.2	Indeling van inschrijving	13
2.12.3	Maximaal aantal pagina's.....	13
2.13	Inschrijving samen met andere partij.....	14
2.14	Gestanddoening	14
2.15	Klachten.....	14
2.16	Bijlagen	14
3.	Eisen ten aanzien van inschrijvers.....	15
3.1	Uitsluitingsgronden	15
3.2	Geschiktheidseisen.....	15
3.2.1	Geschiktheidseis over technische- en beroepsbekwaamheid	15
3.3	Uniform Europees Aanbestedingsdocument	15

4.	Eisen en vragen ten aanzien van de opdracht	17
4.1	Eisen ten aanzien van de opdracht	17
4.2	Vragen ten aanzien van de opdracht	20
4.3	Prijs	23
4.4	Presentatie	25
4.5	Varianten	27
5.	Beoordeling van inschrijvingen	28
5.1	Toetsing aan de vormvereisten	28
5.2	Voldoen aan de eisen ten aanzien van inschrijvers	28
5.3	Beoordeling van antwoorden op vragen en presentatie	28
5.4	Beoordeling van de prijs.....	29
5.5	Rangschikking	29
6.	Vervolg.....	31

1. Aan te besteden opdracht

In dit hoofdstuk leest u informatie over de aanbestedende dienst en de aan te besteden opdracht.

1.1 Aanbestedende dienst

Er is steeds meer aandacht voor gezond leven, veilig voedsel, duurzaamheid, natuur en een groene leefomgeving. Dat vraagt om goed opgeleide mensen en nieuwe kennis. Als onderwijsorganisatie dragen wij bij aan een gezonde, groene toekomst van mens en wereld. We zoeken daarbij voortdurend afstemming tussen de behoeften op de arbeidsmarkt en die van onze studenten. Met zorg en aandacht bieden we onze leerlingen, studenten en medewerkers een groene, uitdagende leeromgeving waarin ze nieuwe mogelijkheden ontdekken. En waarin ze zich ontwikkelen met hoofd, hart en handen. Zelf en vooral ook samen. Zo groeien ze uit tot zelfbewuste, zorgzame, ondernemende en maatschappelijk betrokken mensen. Wereldburgers met oog voor duurzaamheid en leefbaarheid.

Bekijk de video “Wij zijn Zone.college” op <https://zonecollege.nl/over-zone-college/>.

Zone.college is ontstaan uit de fusie van AOC Oost en Groene Welle. Op 1 januari 2018 gingen beide stichtingen op in Stichting Groen Onderwijs Oost Nederland.

Een organisatorische fusie is sinds augustus 2018 een feit. Sinds die datum verdwenen dus de namen AOC Oost en Groene Welle; samen gaan we verder onder de naam Zone.college.

Doordat het samen gaan, kunnen we onderwijsaanbod in de regio Oost-Nederland nog sneller ontwikkelen. Goed voor onze leerlingen en studenten. Ook zorgen we zo voor een betere aansluiting op de wensen van het bedrijfsleven. Samen kunnen we ook meer investeren, bijvoorbeeld in praktijkruimtes. Het onderwijs wordt daarmee leerzamer voor leerlingen en studenten en het biedt medewerkers een interessanter perspectief.

Betekenis naam?

Zone staat letterlijk voor onder andere gebied, terrein, sector, specialisme, grond, bodem, regio en landschap. Deze woorden passen heel goed bij de Groene achtergrond, het Groene DNA van beide onderwijsinstellingen. Daarnaast staat Zone ook voor een plek: een plek waar je groeit, waar je over je grenzen heen stapt en waar je je thuis voelt. Zone.college haalt je beste binnenste buiten.

1.2 Aan te besteden opdracht

De aan te besteden opdracht betreft de werkzaamheden op het gebied van Marketing en Communicatie. De opdracht is verdeeld in drie percelen.

- Perceel één omvat de diensten van een allround communicatiebureau voor merkstrategie en het ontwikkelen en uitvoeren van wervingscampagnes gericht op leerlingen en studenten.
- Perceel twee omvat de diensten van een arbeidsmarketingbureau voor het werven van medewerkers en employer branding.
- Perceel drie omvat de diensten van een grafisch vormgevingsbureau voor het opmaken van diverse middelen conform huisstijl.

Perceel 1: Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo

Opdrachtnemer helpt bij geïntegreerde wervingscampagnes voor vo-leerlingen en mbo-studenten en hun ouders/verzorgers en bouwt mee aan de merkstrategie, bestaande uit onder andere:

- Creatie van nieuwe concepten/middelen voor corporate branding en het werven van leerlingen en studenten*;

- Ontwikkelen, uitvoeren, monitoren en evalueren van wervingscampagnes voor de vo-locaties, gericht op jongeren en hun ouders;
- Ontwikkelen, uitvoeren, monitoren en evalueren van wervingscampagnes voor de mbo-opleidingen, gericht op jongeren en hun ouders;
- Strategisch advies op het gebied van branding en werven van leerlingen en studenten;
- Online marketing, support SEA-campagnes;

Doorontwikkelen huisstijl * Indien Opdrachtnemer voor bepaalde (delen) van de opdracht gebruik maakt van gespecialiseerde bureaus als onderaannemer, dient Zone.college betrokken te worden bij de keuze van de onderaannemer.

Het gaat om de volgende wervingscampagnes:

- mbo: 1 wervingscampagne per schooljaar gericht op aanmeldingen, open dagen en voorlichtingsavonden (november, januari, maart, juni)
- vo: 1 wervingscampagne per schooljaar gericht op aanmeldingen, open dagen en voorlichtingsavonden (november en januari)

Perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie

Opdrachtnemer helpt bij de employer branding en de wervingscampagnes voor onderwijsgevend, onderwijsondersteunend en managementpersoneel, bestaande uit onder andere:

- Ontwikkelen, uitvoeren, monitoren en evalueren van campagnes voor het vinden en binden van kandidaten;
- Creatie van communicatiemiddelen ten behoeve van arbeidsmarktcommunicatie, in lijn met de huisstijl*;
- Strategisch advies recruitmentmarketing en employer branding;
- Support projecten arbeidsmarktcommunicatie.

* Indien Opdrachtnemer voor bepaalde (delen) van de opdracht gebruik maakt van gespecialiseerde bureaus als onderaannemer, dient Zone.college betrokken te worden bij de keuze van de onderaannemer.

Perceel 3: Vormgeving en DTP

Opdrachtnemer helpt bij de realisatie van diverse middelen en het bewaken van de huisstijl.

Vormgeving, opmaak en DTP-werk voor diverse afdelingen en locaties van Zone.college, bestaande uit onder andere:

- Realisatie van brochures en flyers (ieder schooljaar aangepast materiaal);
- Opmaak van drukwerk/online uitingen: van spandoeken en uitnodigingskaarten, tot geanimeerde social media visuals (m.u.v. videoproducties);
- Projectmanagement, drukwerkbegeleiding;
- Toezien op consistent gebruik van de huisstijl.

Als er bij perceel 1 en/of 2 DTP werkzaamheden zodanig behoren tot de opdracht in dat betreffende perceel, zullen deze werkzaamheden niet worden uitgevraagd via perceel 3. Losstaande DTP werkzaamheden worden wel uitgevraagd aan Opdrachtnemer in perceel 3.

Buiten de scope van de opdracht vallen de interne communicatie en de marketing- en wervingscampagnes voor volwassenen en bedrijven (Stichting Groei.zone). Het drukwerk voor het Zone.college valt tevens buiten de scope van de opdracht. Deze uitsluitingen zijn op alle percelen van toepassing.

1.2.1 Doelstelling van de opdracht

De doelstelling van de aan te besteden opdracht is:

Doelstelling perceel 1:

- Samenwerken: Opdrachtgever en Opdrachtnemer onderhouden een prettige samenwerking middels een transparante, door hen samen overeen te komen, werkwijze.
- Creatief: Opdrachtnemer kan de doelgroep in beweging brengen met uitingen, die passen bij de organisatie van Opdrachtgever.
- Innovatief: Opdrachtnemer is goed op de hoogte van het veranderende medialandschap en benut de kansen die daar ontstaan.
- Resultaatgericht: Opdrachtnemer gaat duurzaam met de gestelde budgetten om en stelt realistische conversiedoelen van verschillende kanalen.

Doelstelling perceel 2:

- Samenwerken: Opdrachtgever en Opdrachtnemer onderhouden een prettige samenwerking middels een transparante, door hen samen overeen te komen, werkwijze.
- Creatief: Opdrachtnemer kan de doelgroep in beweging brengen met uitingen, die passen bij de organisatie van Opdrachtgever.
- Innovatief: Opdrachtnemer is goed op de hoogte van het veranderende medialandschap en benut de kansen die daar ontstaan.
- Resultaatgericht: Opdrachtnemer gaat duurzaam met de gestelde budgetten om en stelt realistische conversiedoelen van verschillende kanalen.

Doelstelling perceel 3:

- Samenwerken: Opdrachtgever en Opdrachtnemer onderhouden een prettige samenwerking middels een transparante, door hen samen overeen te komen, werkwijze.
- Innovatief: Opdrachtnemer is goed op de hoogte van het veranderende medialandschap en benut de kansen die daar ontstaan. Daarnaast kan Opdrachtnemer alle contentitems verzorgen.
- Oog voor detail: Opdrachtnemer kijkt kritisch mee of de boodschap van Opdrachtgever goed wordt getoond. Opdrachtnemer is een goede huisstijlbewaker.
- Flexibel: Opdrachtnemer beschikt over voldoende capaciteit.
- Integer: Opdrachtnemer gaat duurzaam met de gestelde budgetten om.

1.2.2 Doelstelling van de aanbesteding

De doelstelling van de aanbesteding is:

Het sluiten van 3 separate raamovereenkomsten, één per perceel, voor marketing- en communicatiediensten op strategisch, tactisch en uitvoerend niveau. Het gaat om drie percelen, te weten: merkstrategie en wervingscampagnes voor vo en mbo (perceel 1), arbeidsmarktcommunicatie (perceel 2) en vormgevings- en dtp-werkzaamheden (perceel 3).

1.2.3 Omvang van de aan te besteden opdracht

De maximale omvang van de opdracht is bij benadering als volgt:

- Perceel 1: € 950.000 inclusief btw
- Perceel 2: € 300.000 inclusief btw
- Perceel 3: € 320.000 inclusief btw

Aan deze bedragen kunnen geen rechten worden ontleend. De omvang van de gevraagde dienstverlening zal afhangen van de behoefte van Zone.college en kan per jaar verschillen. Dit is mede afhankelijk van het aantal leerlingen, studenten en de behoefte aan medewerkers en regionale factoren.

De omvang van de opdracht is zo nauwkeurig mogelijk bepaald. Indien de opgegeven omvang eerder wordt gerealiseerd dan de einddatum van de raamovereenkomst wordt de opdracht (voortijdig) opnieuw aanbesteed.

1.2.4 Vereiste kerncompetenties bij de aan te besteden opdracht

Voor de uitvoering van de opdracht zijn een aantal competenties relevant waarover inschrijvers dienen te beschikken. De vereiste kerncompetenties zijn:

Perceel 1: Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo

- Inschrijver heeft ervaring met het ontwikkelen, uitvoeren en evalueren van ten minste 1 campagne en bijbehorende online en offline mediastrategie per jaar voor de doelgroep 12 - 18 jaar en hun ouders/verzorgers.

Perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie

- Inschrijver heeft ervaring met het ontwikkelen, uitvoeren en evalueren van ten minste 1 campagne en bijbehorende online en offline mediastrategie per jaar voor de arbeidsmarkt gericht op het onderwijs.

Perceel 3: Vormgeving en DTP

- Inschrijver heeft ervaring met de vormgeving en het ontwerp van online- en offline communicatiemiddelen bij één opdrachtgever met een minimale omvang van € 48.000 per jaar.

1.2.5 Samenvoeging van opdrachten

Er is sprake van samenvoeging van opdrachten. De samenvoeging betreft merkstrategie en wervingscampagnes en vormgeving en DTP. Door de opdrachten samen te voegen wordt de administratieve last voor zowel inschrijvers als aanbestedende dienst beperkt. De belangen van het MKB zijn geborgd door het verdelen in percelen.

1.2.6 Verdeling in percelen

De opdracht is verdeeld in percelen. De motivatie hiervoor staat in de voorgaande paragraaf.

Perceel 1: Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo

Perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie

Perceel 3: Vormgeving en DTP

1.2.7 Te sluiten overeenkomst

De aanbesteding leidt tot drie separate raamovereenkomsten, één per perceel, met een looptijd van vier jaar. De reden daarvoor is dat het voor de aanbestedende dienst lastig vast te leggen is wat er exact afgenomen wordt per jaar en zij de flexibiliteit wil behouden. De overeenkomst is door de aanbestedende dienst tussentijds te beëindigen met een opzegtermijn van zes maanden. Van rechtswege eindigt de overeenkomst op 01-04-2028 of indien de opgegeven omvang eerder wordt gerealiseerd dan de einddatum van de raamovereenkomst.

In de bijlagen is deze conceptovereenkomst opgenomen. Inschrijvers kunnen via de vragenronde (zie paragraaf 2.7) tekstsuggesties doen. De aanbestedende dienst beoordeelt de suggesties en overweegt om deze over te nemen. Niet overgenomen tekstsuggesties worden gemotiveerd afgewezen in de Nota van Inlichtingen.

De aanbestedingsstukken maken onlosmakelijk onderdeel uit van de overeenkomst. In geval van tegenstrijdigheden geldt de volgende rangorde van documenten:

1. Overeenkomst
2. Nota's van Inlichtingen (laatste versie als hoogste in de rangorde)
3. Aanbestedingsdocument inclusief bijlagen
4. Algemene FSR Inkoopvoorwaarden voor Leveringen en Diensten v4.0
5. Inschrijving van opdrachtnemer

1.2.8 Toepasselijke Algemene Voorwaarden

Op de opdracht zijn de Algemene FSR Inkoopvoorwaarden voor Leveringen en Diensten v4.0 van toepassing. Algemene (verkoop) voorwaarden van inschrijver of derden worden uitdrukkelijk uitgesloten.

Zoals vermeld in artikel 14 met betrekking tot de aansprakelijkheid, wordt de bedrijfsaansprakelijkheid per raamovereenkomst beperkt tot € 1.500.000 per gebeurtenis.

1.2.9 Kritische Prestatie Indicatoren

Gedurende de contractperiode zal opdrachtgever de kwaliteit van de geleverde dienstverlening twee maal per jaar beoordelen aan de hand van onderstaande kritische prestatie-indicatoren (KPI). Het doel hiervan is om de kwaliteit van dienstverlening te borgen en te verbeteren en zo actief te werken aan een duurzame relatie. Opdrachtgever zal tijdens het contractueel overleg de bevindingen met opdrachtnemer evalueren.

KPI's

- Resultaatgericht. Per campagne wordt tussen Opdrachtnemer en Opdrachtgever één KPI overeengekomen die geëvalueerd wordt ten tijde van het afronden van de campagne. Het resultaat van de KPI dient minimaal een cijfer, op een schaal van 1 tot 10 te zijn of een percentage, op een schaal van 1 tot 100%. Learnings uit de campagne worden aantoonbaar meegenomen naar de volgende campagne.
- Tevredenheid dienstverlening. De contactpersonen van Opdrachtgever geven over iedere evaluatieperiode een rapportcijfer, minimaal een 7.5, op een schaal van 1 tot 10 voor de volgende punten:
 - De communicatie
 - Het voldoen aan de eisen van de opdracht en de toezeggingen in de inschrijving
 - De adviserende rol van de Opdrachtnemer
 - De vernieuwing; originaliteit, creativiteit en innovativiteit

De contactpersonen zijn medewerkers van de afdeling Marketing en Communicatie (M&C)

Verantwoordelijk voor monitoren

Voor de monitoring van de KPI's legt de Opdrachtgever de verantwoordelijkheid bij de Opdrachtnemer. Opdrachtnemer dient aan te tonen dat bovenstaande KPI behaald is middels valide en aantoonbaar betrouwbare informatie. Bij aanvang van de overeenkomst draagt Opdrachtnemer een plan van aanpak aan over de wijze van monitoren, de wijze van rapporteren, beheersmaatregelen en mogelijke verbetermaatregelen. Het is naar oordeel van Opdrachtgever of de aanpak van Opdrachtnemer voldoende is, zo niet, dient Opdrachtnemer zijn aanpak hierop aan te passen. Opdrachtnemer rapporteert twee maal per jaar over de resultaten aan Opdrachtgever.

Consequenties bij niet realiseren KPI's

Bij het niet realiseren van de KPI stelt Opdrachtnemer binnen twee weken na constatering een verbeterplan op. Het verbeterplan wordt geaccordeerd door Opdrachtgever en vervolgens binnen twee weken ten uitvoer gebracht. In het plan staat aangegeven wanneer het tot resultaat leidt.

Het hierboven genoemde laat alle overige rechten van Opdrachtgever, die zij onder meer op basis van de overeenkomst en de Algemene Inkoopvoorwaarden heeft, onverlet.

2. Procedure

In dit hoofdstuk wordt de te volgen aanbestedingsprocedure beschreven.

2.1 Toepasselijke wetgeving

Op deze aanbesteding is de Richtlijn 2014/24/EU van 26 februari 2014 van toepassing, die in Nederland geïmplementeerd is via de gewijzigde Aanbestedingswet 2012, inwerkingtreding op 1 juli 2016. Daarnaast is het Aanbestedingsbesluit van 30 september 2021 en daarmee de herziene Gids Proportionaliteit, inwerkingtreding op 1 januari 2022, van toepassing op deze aanbesteding.

2.2 Toepasselijke procedure

Op basis van de Aanbestedingswet en het inkoopbeleid van Zone.college wordt een Europese procedure gestart. De reden daarvoor is dat de waarde van de opdracht de drempelwaarde van een Europese aanbesteding overschrijdt.

De motivatie voor het volgen van een openbare procedure staat in onderstaande tabel:

Aspect	Kenmerk	Procedure
Omvang van de opdracht	Groot	Openbare procedure
Transactiekosten	Laag	Openbare procedure
Aantal potentiële inschrijvers	Hoog	Niet-openbare procedure
Complexiteit van de opdracht	Laag	Openbare procedure
Type opdracht	Functioneel gespecialiseerd	Openbare procedure
Karakter van de markt	Veel aanbieders	Niet-openbare procedure

De meerderheid van de kenmerken van deze opdracht leiden naar een openbare procedure.

2.3 Gunningscriterium

Het gunningscriterium bij deze opdracht is de beste Prijs/Kwaliteit verhouding. Het criterium wordt in het hoofdstuk over beoordeling van de inschrijvingen nader uitgewerkt.

2.4 Planning

De aanbesteding verloopt volgens de planning in onderstaande tabel:

Fase	(Eind-) datum
Publicatie opdracht	23-10-2023
Publicatie op TenderNed	25-10-2023
Sluitingstermijn vragen eerste Nota van Inlichtingen	09-11-2023 23:59 uur
Publicatie eerste Nota van Inlichtingen	16-11-2023
Sluitingstermijn verduidelijkingsvragen	29-11-2023 23:59 uur
Publicatie tweede Nota van Inlichtingen	07-12-2023
Sluiting inschrijftermijn	05-01-2024 23:59 uur
Presentatie	05-02-2024/06-02-2024
Verzenden gunningsbeslissing	20-02-2024
Laatste dag standstill periode	12-03-2024
Ingangsdatum overeenkomst	01-04-2024

Het is aanbestedende dienst toegestaan wijzigingen aan te brengen in de planning. Wijzigingen zullen met inschrijvers worden gecommuniceerd.

2.5 Contactpersoon

De contactpersoon namens de aanbestedende dienst is:

Bedrijfsnaam	InkoopMeesters
Naam	Celine Gordijn
Emailadres	post@inkoopmeesters.nl

Het is inschrijvers niet toegestaan andere personen bij aanbestedende dienst te benaderen over zaken die verband houden met de aanbesteding. Informatie die niet afkomstig is van contactpersoon of zijn of haar vervanger is niet relevant voor de aanbesteding.

2.6 Onvolkomenheden in de aanbestedingsstukken

Dit document is met zorg opgesteld. Toch kunnen er onduidelijkheden, onvolkomenheden of tegenstrijdigheden in dit document voorkomen. Potentiële inschrijvers melden deze z.s.m. bij de aanbestedende dienst via de vragenmodule van TenderNed. De sluitingsdatum voor het melden van onduidelijkheden, onvolkomenheden, tegenstrijdigheden en het stellen van vragen over dit aanbestedingsdocument en bijbehorende documenten is in de planning aangegeven. Na deze termijn is het niet meer mogelijk vragen in te dienen.

Door een inschrijving te doen gaat inschrijver akkoord met de eisen en voorwaarden zoals beschreven in de aanbestedingsdocumenten.

De Aanbestedende dienst is op geen enkele wijze aansprakelijk voor de gevolgen van eventuele onduidelijkheden, onvolkomenheden of tegenstrijdigheden in de aanbestedingsdocumenten.

2.7 Vragen

Inschrijvers stellen eventuele vragen via de vragenmodule in TenderNed. Nadat de vragentermijn sluit, worden de vragen anoniem beantwoord. Zijn er vragen die na de genoemde termijn in de planning worden ingediend? Dan worden deze niet beantwoord. Over de Nota van Inlichtingen kunnen verduidelijkingsvragen worden gesteld. Nieuwe vragen worden niet in behandeling genomen. De verduidelijkingsvragen stelt inschrijver via de vragenmodule.

Tekstsuggesties voor de conceptovereenkomst worden in de Nota van Inlichtingen beoordeeld en eventueel overgenomen. Onderdeel van de Nota van Inlichtingen is een definitieve overeenkomst.

2.8 Niet-Nederlandse inschrijvers

Inschrijvers die niet bekend zijn met verplichtingen ten aanzien van belastingen, milieubescherming, arbeidsbescherming en arbeidsvoorwaarden kunnen zich laten informeren door een van de Kamers van Koophandel. Inschrijvers zonder vestiging in Nederland dienen een schriftelijke bevestiging in waarin zij verklaren dat zij bij het opstellen van de inschrijving rekening houden met de verplichtingen uit hoofde van de bepalingen over de arbeidsbescherming en arbeidsvoorwaarden die gelden in Nederland.

2.9 Voorbehoud

Aanbestedende dienst kan altijd de aanbesteding geheel of gedeeltelijk, tijdelijk of definitief stoppen.

2.10 Inschrijfkosten

Inschrijfkosten worden niet vergoed.

2.11 Vertrouwelijkheid

Wij behandelen uw gegevens vertrouwelijk en gebruiken deze informatie alleen voor deze aanvraag. De aanbestedingsstukken van aanbestedende dienst zijn openbaar. In de overeenkomst met de winnende inschrijver is de wederzijdse vertrouwelijkheid van informatie gedurende en na de contractperiode vastgelegd.

2.12 Vormvereisten

In deze paragraaf wordt aangegeven hoe inschrijvers hun inschrijving indienen.

2.12.1 Taal

Inschrijvingen dienen te worden opgesteld in de Nederlandse taal. Wanneer brochures, technische beschrijvingen en andere bronnen gevraagd worden kan, indien die bronnen alleen in het Engels beschikbaar zijn, worden volstaan met Engelstalige informatie.

2.12.2 Indeling van inschrijving

Inschrijvingen dienen digitaal, via TenderNed, te worden ingediend (handleiding TenderNed: <https://www.tenderned.nl/cms/voor-ondernemingen/6-stappen-digitaal-inschrijven>). Daarbij zijn per perceel de volgende documenten toegevoegd:

Onderdeel inschrijving	Naam document	Formaat
Aanbiedingsbrief (optioneel)	Brief <naam inschrijver>	pdf
Uniform Europees Aanbestedingsdocument	UEA <naam inschrijver>	pdf
Antwoorden op open vragen (één document per antwoord)	Antwoorden <naam inschrijver>	pdf
Prijzenblad	Prijs <naam inschrijver>	Excel

Inschrijvers dienen de antwoorden op open vragen in te dienen zonder gebruikmaking van de opmaak die het kopiëren bemoeilijkt. Onder opmaak die het kopiëren bemoeilijkt wordt verstaan het gebruik van kop- en voetteksten.

In te dienen documenten kunnen wijzigen bij een Nota van Inlichtingen. Inschrijver dient bij zijn inschrijving gebruik te maken van de meest recente versie van documenten. Indien bij inschrijving niet de meest recente versie wordt gebruikt, wordt de inschrijving niet beoordeeld en komt de inschrijving niet in aanmerking voor gunning. Inschrijvingen dienen niet geanonimiseerd te zijn.

2.12.3 Maximaal aantal pagina's

Inschrijvers gebruiken maximaal het aantal pagina's dat is toegestaan per vraag. Wanneer inschrijver meer pagina's inlevert, wordt alleen het toegestane aantal pagina's beoordeeld. Inschrijver levert bijvoorbeeld 3 A4 in voor een vraag waarbij een maximum van 1 A4 geldt. Aanbestedende dienst beoordeelt alleen de eerste pagina van het antwoord.

2.13 Inschrijving samen met andere partij

Inschrijven in combinatie is toegestaan. Inschrijvers geven aan in combinatie in te schrijven in deel II van het UEA. De combinatie wijst één aanspreekpunt aan. Combinanten dienen in hun inschrijving duidelijk aan te geven wie het aanspreekpunt voor aanbestedende dienst is.

Een onderneming kan slechts eenmaal inschrijven op de Opdracht, ofwel als zelfstandig Inschrijver, ofwel als combinant.

Gelieerde ondernemingen die beiden een inschrijving doen, tonen op verzoek aan dat hun inschrijvingen onafhankelijk van elkaar tot stand zijn gekomen.

Het is ook mogelijk om met een onderaannemer in te schrijven. Indien er gebruik gemaakt wordt van een onderaannemer om te voldoen aan de geschiktheidseisen, dient deze onderaannemer een eigen rechtsgeldig ondertekend UEA in te dienen.

Maak je als organisatie gebruik van een derde partij (ofwel in combinatie of als onderaannemer) om te voldoen aan geschiktheidseisen? Dan dient deze derde partij gedurende de looptijd van de overeenkomst de taken uit te voeren die behoren bij deze geschiktheidseisen.

2.14 Gestanddoening

Inschrijver doet zijn inschrijving 3 maanden gestand. Indien een kort geding wordt aangespannen doet inschrijver zijn inschrijving tot en met 4 weken na uitspraak gestand.

2.15 Klachten

Klachten over deze aanbesteding kunnen worden gericht aan de contactpersoon voor klachten in deze aanbesteding.

Naam	Klachtenmeldpunt FSR
Emailadres	inkoop@mboraad.nl

Een klacht wordt zo spoedig mogelijk behandeld.

2.16 Bijlagen

De volgende bijlagen maken deel uit van de onderhavige aanbesteding:

1. Conceptovereenkomst
2. Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA)
3. Prijzenblad
4. Algemene FSR inkoopvoorwaarden voor Leveringen en Diensten v4.0
5. Referentieformat
6. Huisstijlhandboek

3. Eisen ten aanzien van inschrijvers

Ten aanzien van inschrijvers gelden uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen. Indien één of meer van de in dit hoofdstuk genoemde uitsluitingsgronden op u van toepassing zijn, wordt u uitgesloten van inschrijving op deze aanbesteding. Dat gebeurt ook als u niet kunt voldoen aan één of meer van de in dit hoofdstuk genoemde geschiktheidseisen.

3.1 Uitsluitingsgronden

De uitsluitingsgronden zijn aangevinkt in het Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA). Inschrijvers verklaren dat de onderstaande uitsluitingsgronden niet op hen van toepassing zijn door het rechtsgeldig ondertekenen van het volledige UEA.

Alle uitsluitingsgronden opgenomen in art. 2.86 van de gewijzigde Aanbestedingswet zijn van toepassing. De uitsluitingsgronden staan in deel III, onderdeel A en B van het UEA.

Ook wordt de volgende facultatieve uitsluitingsgrond (onderdeel C van het UEA) gehanteerd:

- Faillissement, insolventie of gelijksoortig.

3.2 Geschiktheidseisen

Geschiktheidseisen hebben betrekking op de technische- of beroepsbekwaamheid. De relevante geschiktheidseisen staan in de volgende sub paragraaf.

3.2.1 Geschiktheidseis over technische- en beroepsbekwaamheid

De volgende geschiktheidseis is van toepassing:

- Inschrijver voldoet aan de kerncompetentie(s) zoals eerder in dit document genoemd.

3.3 Uniform Europees Aanbestedingsdocument

Door het invullen en rechtsgeldig ondertekenen van het volledige bijgevoegde UEA verklaart inschrijver dat de uitsluitingsgronden niet op hem van toepassing zijn en dat hij voldoet aan de gestelde geschiktheidseisen. Binnen 10 kalenderdagen na het communiceren van het gunningsbesluit overlegt de winnende inschrijver de volgende bewijsstukken:

- Een uittreksel van inschrijving bij de Kamer van Koophandel die op het moment van inschrijven niet ouder is dan zes maanden. Hiermee toont inschrijver aan dat de uitsluitingsgrond in artikel 2.87 lid 1 onderdeel b van de gewijzigde Aanbestedingswet niet op hem van toepassing is;
- Een gedragsverklaring aanbesteden die op het moment van inschrijven maximaal twee jaar oud is. Hiermee toont inschrijver aan dat de uitsluitingsgronden in artikel 2.86 van de gewijzigde Aanbestedingswet niet van toepassing zijn;
LET OP: Indien u nog niet beschikt over een gedragsverklaring aanbesteden; houdt u er rekening mee dat het aanvragen van de gedragsverklaring tot acht weken in beslag kan nemen.
- Een verklaring van de Belastingdienst die op het moment van inschrijven niet ouder is dan zes maanden en waarin staat dat de uitsluitingsgrond inzake het niet voldoen van betaling van

belastingen en sociale verzekeringspremies, artikel 2.86 lid 4 en artikel 2.87 lid 1 onderdeel j niet op hem van toepassing is;

LET OP: Dit dient de volgende verklaring te zijn: Verklaring betalingsgedrag belastingen en sociale premies. Hiervoor doet u bij uw eigen belastingkantoor de aanvraag voor "de verklaring betalingsgedrag nakoming fiscale verplichtingen".

- Een referentiebeschrijving die, naar oordeel van opdrachtgever, onomstotelijk aantoont dat inschrijver beschikt over de vereiste kerncompetentie(s). De referentie mag niet ouder zijn dan drie jaar op het moment van inschrijven. Per competentie dient er één referentie te worden ingediend. Meerdere competenties mogen ook in één referentie worden voldaan, mits duidelijk en ondubbelzinnig beschreven. Meerdere referenties mogen niet gecombineerd worden om aan één competentie te voldoen.

In geval van inschrijving in combinatie en/of beroep op draagkracht van andere entiteiten dienen alle ondernemingen de in het UEA van toepassing verklaarde bewijsstukken te overleggen binnen bovengenoemde termijn.

De aanbestedende dienst behoudt zich het recht voor om tijdens overeenkomst deze bewijsstukken nogmaals op te kunnen vragen.

4. Eisen en vragen ten aanzien van de opdracht

Dit hoofdstuk bevat eisen ten aanzien van de opdracht. Eisen zijn hard, wat betekent dat inschrijvers bij uitvoering van de opdracht aan de eisen dienen te voldoen en daarmee rekening dienen te houden bij het opstellen van een inschrijving.

4.1 Eisen ten aanzien van de opdracht

Deze paragraaf bevat de uitvoeringseisen ten aanzien van de opdracht. De eisen staan in relatie tot de opdracht. Inschrijver moet aan alle eisen voldoen.

Algemene eisen

1. Opdrachtnemer houdt zich aan geldende wet- en regelgeving.
2. Opdrachtnemer houdt zich bij de verwerking van data aan de eisen die de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) stelt.
3. De voertaal gedurende alle opdrachten binnen de overeenkomst is Nederlands.
4. Budget:
 - Voor perceel 1: Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo geldt dat Opdrachtnemer de online en offline wervingscampagnes, inkoop, monitoring, bijsturing, rapportage en evaluatie verzorgt op basis van beschikbare budgetten.
 - Voor perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie geldt dat Opdrachtnemer de online en offline arbeidsmarktcampagnes, inkoop, monitoring, bijsturing, rapportage en evaluatie verzorgt op basis van beschikbare budgetten.
 - Voor perceel 3: Vormgeving en DTP geldt dat Opdrachtnemer de vormgevings- en DTP werkzaamheden verzorgt op basis van beschikbare budgetten.
5. Opdrachtnemer betreft het aspect duurzaamheid in de campagnes.
6. Het intellectueel eigendom van alle producten die door Opdrachtnemer in opdracht van Opdrachtgever worden gemaakt of aangepast liggen bij Opdrachtgever. Opdrachtnemer garandeert dat op een eerste verzoek van Opdrachtgever alle bestanden kosteloos ter beschikking worden gesteld. Aan het einde van de opdracht krijgt Opdrachtgever de beschikking en het eigendom over alle gebruikte formats.
7. Opdrachtgever gaat vertrouwelijk om met de concepten die voor Opdrachtgever zijn opgesteld en worden derhalve niet ingezet voor andere instellingen of doeleinden.

Plan van aanpak

8. Voorafgaand aan de uitvoering van de werkzaamheden in perceel 1 en 2 maakt Opdrachtnemer, indien Opdrachtgever dat wenst, een offerte en/of plan van aanpak die ter goedkeuring wordt voorgelegd aan Opdrachtgever.
9. Het plan van aanpak bevat in ieder geval: de KPI bepaling en de doelstellingen en randvoorwaarden van de opdracht opgenomen. De overige aspecten in het plan van aanpak worden door Opdrachtgever en Opdrachtnemer afgestemd. Vanaf het moment van uitvraag tot het opleveren van het plan van aanpak bedraagt maximaal 72 uur.
10. De offerte bevat in ieder geval: het aantal te besteden uren, het te hanteren uurtarief en alle overige kosten die noodzakelijk zijn. Het te hanteren uurtarief wordt gebaseerd op de bij inschrijving opgegeven tarieven. Er wordt inzicht gegeven in de wijze waarop het totaal tarief tot stand is gekomen. Vanaf het moment van uitvraag tot het opleveren van de offerte bedraagt maximaal 72 uur.
11. Werkzaamheden worden pas na schriftelijke akkoord (per e-mail) uitgevoerd.

Opdrachten

12. Ten behoeve van opdrachten wordt Opdrachtnemer, in de persoon van de vaste contactpersoon, steeds door Opdrachtgever gebriefd over doelstellingen en randvoorwaarden van de opdracht. Dat kan zowel schriftelijk als mondeling gebeuren, te bepalen door Opdrachtgever.
13. Opdrachtgever verwacht van Opdrachtnemer in perceel 1 en 2, naar aanleiding van haar vraag, een voorstel met daarbij een strategische onderbouwing waarom bepaalde keuzes gemaakt worden. Een belangrijk element in de strategische onderbouwing is het onderscheidende vermogen, de relevantie en de geloofwaardigheid voor de doelgroep ten opzichte van concurrerende onderwijsinstellingen.
14. De opdrachten worden in afstemming gepland en kennen vaak een korte doorlooptijd, waaraan Opdrachtnemer zich conformeert op het moment dat de opdracht wordt bevestigd en aangenomen door Opdrachtnemer. De doorlooptijd wordt bij de uitvraag van de opdracht gecommuniceerd.
15. Opdrachtgever vraagt per opdracht in perceel 1 en 2 vooraf een offerte op voor uit te voeren werkzaamheden conform eis 10.
16. Bij overschrijding van het aantal uren of indien blijkt dat het geoffreerde aantal uren niet toereikend is, meldt Opdrachtnemer dit onmiddellijk schriftelijk bij Opdrachtgever met bijbehorende uitleg en motivatie.
17. Opdrachten in perceel 3 worden op basis van nacalculatie aan Opdrachtgever gefactureerd. Opdrachtnemer houdt de facturatie bij. Wel voorziet Opdrachtnemer in een ureninzet per opdracht voor Opdrachtgever.
18. De planning en de uiterlijke opleverdatum worden altijd vastgesteld in overleg tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer.
19. De verantwoordelijkheid voor het controleren van de inhoud, het ontwerp en het uiteindelijke resultaat van de opgeleverde communicatiemiddelen ligt bij Opdrachtnemer.
20. Opdrachtnemer geeft binnen één week na afronding van een campagne een terugkoppeling aan Opdrachtgever. Deze terugkoppeling bevat de resultaten van de campagne, inclusief een conclusie en aanbevelingen voor vervolgstappen.
21. Gedurende campagnes meet Opdrachtnemer voortdurend resultaten. Opdrachtgever wenst tussentijds updates te ontvangen ten behoeve van de resultaten en voortgang van de campagne. Wanneer het doel dat Opdrachtgever voor ogen heeft met de betreffende campagne dreigt niet behaald te worden, dient er tijdig tussentijds te worden afgestemd om de campagne bij te sturen of zelfs volledig te stoppen.

Rapportage

22. Opdrachtnemer rapporteert, evalueert en geeft advies over lopende- en afgelopen campagnes.
23. Het format voor rapportage, evaluatie en aansluitend advies wordt in onderling overleg vastgesteld.
24. Opdrachtnemer voorziet Opdrachtgever proactief van inzicht in de data van de campagnes en de resultaten van de gestelde KPI.
25. Opdrachtgever ontvangt van de KPI-overleggen of andere evaluatiegesprekken vooraf een agenda en achteraf binnen vijf werkdagen notulen.
26. Opdrachtnemer stuurt lopende campagnes tussentijds bij op basis van de behaalde resultaten in relatie tot het gestelde doel.

Samenwerking

27. Opdrachtnemer zet één vaste contactpersoon in ten behoeve van Opdrachtgever.
28. Opdrachtnemer stelt, indien noodzakelijk, een adequate en vaste vervanger beschikbaar. De vervanger is op de hoogte van de relatie en afspraken met de Opdrachtgever.
29. Opdrachtnemer vervangt de contactpersoon wanneer er volgens Opdrachtgever sprake is van een mismatch c.q. inadequate samenwerking.

30. De contactpersoon is bereikbaar per mail en telefonisch op werkdagen. Indien de contactpersoon van Opdrachtgever niet bereikbaar is, wordt Opdrachtgever binnen één werkdag teruggebeld of gemaild.
31. De contactpersoon overlegt, indien nodig, met andere leveranciers van Opdrachtgever, zoals de drukker. Afstemming geschiedt naar tevredenheid van Opdrachtgever.
32. Het projectmanagement wordt door de vaste contactpersoon verricht. De vaste contactpersoon stuurt (mede)specialisten aan, is verantwoordelijk voor de planning en het budget en stuurt hierop en informeert en handelt proactief.
33. Opdrachtnemer en Opdrachtgever zijn gelijkwaardige (gespreks)partners, en staan open voor elkaars feedback.
34. Klachten worden door Opdrachtnemer klantvriendelijk en voortvarend afgehandeld door een heldere klachtenprocedure. Binnen twee werkdagen krijgt Opdrachtgever een terugkoppeling.

Partnerschap

35. Opdrachtnemer spant zich in om de juiste doelgroepen te kennen en te bereiken.
36. Opdrachtnemer zorgt dat er voldoende en actuele kennis is van de regio waarin Opdrachtgever actief is.
37. De vaste contactpersoon verdiept zich in de organisatie en in de doelgroepen van Opdrachtgever, zodanig dat hij vanuit zijn expertise en vakkennis, naar oordeel van Opdrachtgever, een wezenlijke bijdrage kan leveren aan de marketing namens Opdrachtgever.
38. Opdrachtnemer beschikt over voldoende capaciteit om de continuïteit in zowel de grote campagnes als de alledaagse vragen te waarborgen en in een intensieve samenwerking met Opdrachtgever nieuwe campagnes vorm te geven.
39. Opdrachtnemer stelt zich op als partner van Opdrachtgever. Dat uit zich door:
 - a) Opdrachtnemer werkt vanuit hetgeen al bedacht is door en voor Zone.college en committeert zich aan de bestaande huisstijl.
 - b) Opdrachtnemer volgt actief trends en ontwikkelingen op het gebied van marketing- en communicatiediensten en de doelgroep van Opdrachtgever en informeert Opdrachtgever daar structureel over;
 - c) Opdrachtnemer is proactief in het aandragen van nieuwe ideeën welke aansluiten bij het doel van Opdrachtgever;
 - d) Opdrachtnemer heeft de intrinsieke motivatie om het beste resultaat te behalen voor Opdrachtgever;
 - e) Opdrachtnemer adviseert Opdrachtgever actief en kritisch over alle onderdelen die samenhangen met de opdracht.

Facturering

40. Opdrachtgever ontvangt een orderbevestiging van Opdrachtnemer voor de start van de opdracht.
41. Opdrachten worden gefactureerd na afronding, tenzij anders wordt overeengekomen.
 - Voor perceel 1 en 2: facturering wordt op basis van fasering gedaan waarbij bij grote opdrachten bij opdrachtverstrekking, indien noodzakelijk naar oordeel van Opdrachtgever, 20% in rekening mag worden gebracht.
 - Voor perceel 3: facturering dient op basis van nacalculatie na oplevering te geschieden.
42. Iedere factuur dient te zijn voorzien van:
 - o Factuuradres;
 - o contactpersoon op voorblad van de factuur;
 - o kostenplaats en kostendrager;
 - o contact- en betalingsgegevens van Opdrachtnemer;

- factuurdatum;
 - totaalbedrag met specificatie kosten;
 - Op de factuur benaming en uiteenzetting van campagnekosten + uitgeleverde budgetten
 - Van toepassing zijnde btw percentage per factuurregel;
 - datum van levering.
43. Facturen worden volgens afspraak digitaal verstrekt aan facturen@zone.college met vermelding van alle kostenplaatsen. Het is mogelijk dat de facturatie- en bestelwijze wijzigt in de toekomst. Opdrachtnemer dient hierin (kosteloos) mee te bewegen.
44. Er worden door Opdrachtnemer géén uren geschreven voor het schrijven van offertes en het maken van facturen.
45. Bij onjuiste facturen of orderbevestigingen ligt de verantwoordelijkheid bij Opdrachtnemer om een juiste gecorrigeerde orderbevestiging of factuur te verzorgen. Opdrachtgever heeft het recht onjuiste facturen niet te betalen.
46. Prijzen worden exclusief btw uitgevraagd. Opdrachtnemer zal in geen geval order- en/of administratiekosten en/of bezorgkosten in rekening brengen, ongeacht de omvang van de bestelling.

Indexering

47. Eenmaal per jaar in de maand januari, voor het eerst in januari 2025, kunnen de prijzen worden geïndexeerd. Basis voor indexatie is de Dienstenprijsindex (DPI), (2015=100), van oktober van het voorafgaande jaar, uitgegeven door het CBS. Aanpassingen van prijzen dienen schriftelijk één maand voor ingang van de indexering kenbaar gemaakt te worden aan Opdrachtgever.
48. Indexering mag slechts worden doorgevoerd na schriftelijke bevestiging van Opdrachtgever. Na akkoord van Opdrachtgever zal Opdrachtnemer de wijziging doorvoeren. Andere prijswijzigingen worden niet geaccepteerd.

4.2 Vragen ten aanzien van de opdracht

In deze paragraaf staan de vragen waarop inschrijver een antwoord geeft. De antwoorden worden beoordeeld als subgunningscriterium.

Het is niet toegestaan om links of verwijzingen naar aanvullende informatie op te nemen in de inschrijving. Alle elementen die inschrijver benoemt in haar inschrijving, dienen onderdeel te zijn van de ingediende prijzen, tenzij expliciet anders benoemd. In dit geval dienen de kosten inzichtelijk gemaakt te worden in de inschrijving.

Perceel 1: Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo

1. Dienstverlening

Op welke wijze geeft inschrijver invulling aan de dienstverlening en partnerschap voor Zone.college, zodat die aansluit op de wensen van het Zone.college, haar doelgroep en behoeften?

In het antwoord moet tenminste zijn toegelicht:

- Hoe zij invulling geeft;
- Welke (contact)personen, in welke functies, worden ingezet op opdrachten vanuit Zone.college;
- Op welke wijze inschrijver ervoor zorgt dat er voldoende en actuele kennis is van de regio alsmede van trends, ontwikkelingen, nieuwe technieken en innovaties;

- Op welke wijze inschrijver haar kennis van de belevingswereld van de doelgroep vergaart en deze geborgd wordt;
- Waarom inschrijver een goede partner is voor Zone.college en hoe dit partnerschap er dan volgens hem uit ziet.

Doelstelling:

Zone.college wenst met haar communicatie haar doelgroep zo goed mogelijk te kunnen bereiken en middels een transparante werkwijze te voorzien in passende campagnes en goede adviezen. Opdrachtnemer dient hier aan bij te dragen naar oordeel van Zone.college. Daarnaast verlangt Zone.college partnerschap en continue verbetering van processen.

Inschrijver mag voor de beantwoording van deze vraag maximaal 2 enkelzijdige, leesbare pagina A4 benutten. Voor deze vraag kunnen maximaal 20 punten behaald worden.

2. Resultaten

Hoe gaat inschrijver invulling geven aan de verantwoordelijkheid voor het resultaat van campagnes?

In het antwoord moet tenminste zijn toegelicht:

- Hoe inschrijver de KPI per campagne vooraf gaat opstellen;
- de manier waarop de resultaten gemeten worden;
- hoe de meetresultaten geanalyseerd worden;
- hoe van de analyses wordt geleerd;
- hoe het geleerde wordt toegepast;
- en wat Zone.college daarvan merkt.

Doelstelling:

Zone.college wenst zaken te doen met een Opdrachtnemer die verantwoordelijkheid neemt voor het resultaat van de uitgevoerde dienstverlening.

Inschrijver mag voor de beantwoording van deze vraag maximaal 2 enkelzijdige, leesbare pagina A4 benutten. Voor deze vraag kunnen maximaal 15 punten behaald worden.

Perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie**1. Dienstverlening**

Op welke wijze geeft inschrijver invulling aan de dienstverlening en partnerschap voor Zone.college, zodat die aansluit op de wensen van het Zone.college, haar doelgroep en behoeften?

In het antwoord moet tenminste zijn toegelicht:

- Hoe zij invulling geeft;
- Welke (contact)personen, in welke functies, worden ingezet op opdrachten vanuit Zone.college;
- Op welke wijze inschrijver ervoor zorgt dat er voldoende en actuele kennis is van de regio alsmede van trends, ontwikkelingen, nieuwe technieken en innovaties;
- Op welke wijze inschrijver haar kennis van de belevingswereld van de doelgroep vergaart en deze geborgd wordt;
- Waarom inschrijver een goede partner is voor Zone.college en hoe dit partnerschap er dan volgens hem uit ziet.

Doelstelling:

Zone.college wenst met haar communicatie haar doelgroep zo goed mogelijk te kunnen bereiken en

middels een transparante werkwijze te voorzien in passende campagnes en goede adviezen. Opdrachtnemer dient hier aan bij te dragen naar oordeel van Zone.college. Daarnaast verlangt Zone.college partnerschap en continue verbetering van processen.

Inschrijver mag voor de beantwoording van deze vraag maximaal 2 enkelzijdige, leesbare pagina A4 benutten. Voor deze vraag kunnen maximaal 20 punten behaald worden.

2. Resultaten

Hoe gaat inschrijver invulling geven aan de verantwoordelijkheid voor het resultaat van campagnes?

In het antwoord moet tenminste zijn toegelicht:

- Hoe inschrijver de KPI per campagne vooraf gaat opstellen;
- de manier waarop de resultaten gemeten worden;
- hoe de meetresultaten geanalyseerd worden;
- hoe van de analyses wordt geleerd;
- hoe het geleerde wordt toegepast;
- en wat Zone.college daarvan merkt.

Doelstelling:

Zone.college wenst zaken te doen met een Opdrachtnemer die verantwoordelijkheid neemt voor het resultaat van de uitgevoerde dienstverlening.

Inschrijver mag voor de beantwoording van deze vraag maximaal 1 enkelzijdige, leesbare pagina A4 benutten. Voor deze vraag kunnen maximaal 15 punten behaald worden.

Perceel 3: Vormgeving en DTP

1. Dienstverlening

Op welke wijze geeft inschrijver invulling aan de dienstverlening en partnerschap voor Zone.college, zodat die aansluit op de wensen van het Zone.college, haar doelgroep en behoeften?

In het antwoord moet tenminste zijn toegelicht:

- Hoe zij invulling geeft;
- Welke (contact)personen, in welke functies, worden ingezet op opdrachten vanuit Zone.college;
- Op welke wijze inschrijver ervoor zorgt dat er voldoende en actuele kennis is van de regio alsmede van trends, ontwikkelingen, nieuwe technieken en innovaties;
- Op welke wijze inschrijver haar kennis van de belevingswereld van de doelgroep vergaart en deze geborgd wordt;
- Waarom inschrijver een goede partner is voor Zone.college en hoe dit partnerschap er dan volgens hem uit ziet.

Doelstelling:

Zone.college wenst met haar communicatie haar doelgroep zo goed mogelijk te kunnen bereiken en middels een transparante werkwijze te voorzien in passende campagnes en goede adviezen. Opdrachtnemer dient hier aan bij te dragen naar oordeel van Zone.college. Daarnaast verlangt Zone.college partnerschap en continue verbetering van processen.

Inschrijver mag voor de beantwoording van deze vraag maximaal 2 enkelzijdige, leesbare pagina A4 benutten. Voor deze vraag kunnen maximaal 30 punten behaald worden.

2. Casus

Op welke wijze pakt Inschrijver (online) uitingen aan conform de huidige huisstijl?

Inschrijver laat, aan de hand van een ontwerp voor ten minste de volgende uitingen; één flyer voor de open dagen vmbo op 22-23-24 november 2024 en één programmaboekje voor de open dagen mbo op 22-23-24 november 2024 voor alle locaties, zien op welke wijze zij een doorvertaling maakt van de huidige huisstijl van Zone.college. Inschrijver geeft daarbij aan hoe dit bijdraagt aan onderstaande doelen.

Doelen van de uitingen:

- Verhogen betrokkenheid van studenten;
- Werven van nieuwe studenten;
- Vergroten ouderbetrokkenheid.

In het programmaboekje moet tenminste worden opgenomen:

- Een Timetable;
- Een rondleiding in tijdsblokken;
- Workshops gericht op de opleidingen van Zone.college mbo.

Doelstelling:

Zone.college wenst zaken te doen met een Opdrachtnemer die met haar uitingen de doelgroep van Zone.college zo goed mogelijk, naar oordeel van Zone.college, weet te bereiken en weet aan te spreken en daar actief bij betrokken wordt.

Inschrijver mag voor de beantwoording van deze vraag maximaal 1 enkelzijdige, leesbare pagina A4 voor geschreven tekst benutten + 4 enkelzijdige, leesbare pagina's A5 voor het programmaboekje en 1 enkelzijdige, leesbare pagina A4 voor de flyer. Voor deze vraag kunnen maximaal 40 punten behaald worden.

4.3 Prijs

In deze paragraaf staat op welke wijze prijzen moeten worden ingediend. Inschrijver dient alle gevraagde prijzen in via het bijgevoegde prijzenblad.

Perceel 1: Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo

Werkzaamheden Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo	Uurtarief exclusief btw	Weging/budget
<u>Strategie/concept</u> strategie: o.a. het identificeren van de doelgroep, het bepalen van de boodschap en het vaststellen van de algemene richting van de campagne. concept: o.a. de creatieve en unieke ideeën die de campagne zullen vormgeven	€	20
<u>Creatie</u> o.a. het ontwerpen van advertenties, het schrijven van teksten, het maken van visuele materialen en het ontwikkelen van multimedia-inhoud zoals video's of afbeeldingen	€	20
<u>Distributie</u> de manier waarop de campagnematerialen aan	€	20

de doelgroep worden gepresenteerd. O.a. online en offline kanalen, zoals sociale media, e-mailmarketing, zoekmachineoptimalisatie (SEO), contentmarketing, evenementen, drukwerk etc.		
<u>Projectmanagement</u> het beheren van alle aspecten van de campagne, o.a. planning, budgettering, resource toewijzing, tijdslijnen en het oplossen van problemen	€	20
<u>Mediafee</u> de kosten voor het inkopen van advertentieruimte of -tijd in de gekozen media	%	€ 20.000

Inschrijver dient alle gevraagde prijzen op te geven. Alle uitgevraagde prijzen zijn exclusief btw. Alle aangeboden aspecten die in de inschrijving worden benoemd, zijn onderdeel van de inschrijfprijs. Hiervoor mogen dus geen bijkomende kosten worden gerekend, tenzij deze kosten expliciet worden genoemd en inzichtelijk worden gemaakt.

Het is niet toegestaan om in een gele cel een bedrag van € 0,- in te vullen. Manipulatief inschrijven of aanpassen van het prijzenblad leidt tot uitsluiting.

Perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie

Werkzaamheden Arbeidsmarktcommunicatie	Uurtarief exclusief btw	Weging/ budget
<u>Strategie/concept</u> strategie: o.a. het identificeren van de doelgroep, het bepalen van de boodschap en het vaststellen van de algemene richting van de campagne. concept: o.a. de creatieve en unieke ideeën die de campagne zullen vormgeven	€	20
<u>Creatie</u> o.a. het ontwerpen van advertenties, het schrijven van teksten, het maken van visuele materialen zoals afbeeldingen en video's, en het ontwikkelen van multimedia-inhoud om de aandacht te trekken en potentiële kandidaten te boeien	€	20
<u>Distributie</u> de manier waarop de campagnematerialen aan de doelgroep worden gepresenteerd. O.a. online en offline kanalen, zoals sociale media, de website van de onderwijsinstelling, e-mailmarketing, carrièrefairs, branche-evenementen en andere platforms waar potentiële werknemers actief zijn	€	20
<u>Projectmanagement</u> het beheren van alle aspecten van de campagne, o.a. planning, budgettering, resource toewijzing, tijdslijnen en het oplossen van problemen	€	20

<u>Mediafee</u> de kosten voor het inkopen van advertentieruimte of -tijd in de gekozen media	%	€20.000
---	---	---------

Inschrijver dient alle gevraagde prijzen op te geven. Alle uitgevraagde prijzen zijn exclusief btw. Alle aangeboden aspecten die in de inschrijving worden benoemd, zijn onderdeel van de inschrijfprijs. Hiervoor mogen dus geen bijkomende kosten worden gerekend, tenzij deze kosten expliciet worden genoemd en inzichtelijk worden gemaakt.

Het is niet toegestaan om in een gele cel een bedrag van € 0,- in te vullen. Manipulatief inschrijven of aanpassen van het prijzenblad leidt tot uitsluiting.

Perceel 3: Vormgeving en DTP

Werkzaamheden Vormgeving en DTP	Uurtarief exclusief btw	Weging
<u>Projectmanagement</u> plannen, coördineren en beheren van het gehele project. o.a. het vaststellen van de doelstellingen van het project, het opstellen van een projectplan, het toewijzen van taken aan teamleden, het bewaken van de voortgang en het beheren van de planning en het budget	€	20
<u>Drukwerkbegeleiding</u> o.a. kiezen van het juiste drukproces, het aanleveren van drukklare bestanden aan de drukkerij, het beoordelen van drukproeven en het zorgen voor kwaliteitscontroles	€	20
<u>Creatie</u> o.a. het ontwerpen van lay-outs, het kiezen van kleurenschema's, het selecteren van lettertypen, het maken van illustraties en afbeeldingen, en het opmaken van tekst en beeldmateriaal op een aantrekkelijke en professionele manier conform huisstijl	€	20
<u>Concept</u> het begrijpen van de doelstellingen van het project en het bedenken van een conceptuele benadering om die doelstellingen te bereiken	€	20

Inschrijver dient alle gevraagde prijzen op te geven. Alle uitgevraagde prijzen zijn exclusief btw. Alle aangeboden aspecten die in de inschrijving worden benoemd, zijn onderdeel van de inschrijfprijs. Hiervoor mogen dus geen bijkomende kosten worden gerekend, tenzij deze kosten expliciet worden genoemd en inzichtelijk worden gemaakt.

Het is niet toegestaan om in een gele cel een bedrag van € 0,- in te vullen. Manipulatief inschrijven of aanpassen van het prijzenblad leidt tot uitsluiting.

4.4 Presentatie

De Inschrijvers die na beoordeling van de open vragen en de prijs nog kans maken op gunning,

presenteren de uitwerking van de casus. Enkel de procesleider heeft inzage in de beoordeling van de prijs, de beoordelaars niet. De presentatie wordt verzorgd door degene die de contactpersoon wordt voor Opdrachtgever.

In de presentatie stelt Inschrijver in de eerste 5 minuten de in te zetten vaste contactpersoon voor. De presentator presenteert in de volgende 15 minuten zijn/haar inschrijving. Daarna geeft hij/zij in maximaal 20 minuten aan wat zijn/haar uitwerking is van onderstaande casus.

Het eerste deel van de presentatie (voorstellen van vaste contactpersoon en presenteren van de inschrijving) wordt niet beoordeeld. In dat deel van de presentatie wordt geverifieerd of het schriftelijke deel van de inschrijving juist geïnterpreteerd en beoordeeld is. De bespreking van de casus wordt wel beoordeeld.

Met de presentatie kunnen maximaal 35 punten worden verdiend.

Casus perceel 1: Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo

Op welke wijze pakt Inschrijver de wervingscampagne aan?

Inschrijver laat, aan de hand van een plan van aanpak, zien op welke wijze zij de doelgroep zou benaderen in het geval het Zone.college een (media)campagne wil uitzetten voor de aanmelding voor de open dagen bij Zone.college, met specifieke aandacht voor de opleiding Food en Lifestyle. Het budget voor onderhavige (media)campagne wordt gesteld op € 100.000,-.

Daarnaast besteedt inschrijver aandacht aan de wijze waarop zij invulling geeft aan partnerschap binnen deze (media)campagne, door concreet te maken hoe Opdrachtgever bij de (media)campagne betrokken wordt.

De doelgroep betreft (potentiële) MBO studenten en hun ouders/verzorgers. Specifiek dient Inschrijver aandacht te besteden aan de opleiding Food en Lifestyle, waarvoor het leerlingaantal terugloopt.

Doelstellingen van de campagne:

- Verhoging van de zichtbaarheid en naamsbekendheid van Zone.college in het middelbaar beroepsonderwijs;
- Aantrekken van studenten en hun ouders/verzorgers;
- Verbeteren van de reputatie en het imago van de opleiding Food en Lifestyle;
- Stimuleren van inschrijvingen voor de opleiding Food en Lifestyle.

In het plan van aanpak moet tenminste worden toegelicht:

- Doelgroepanalyse – op welke wijze gaat Inschrijver de doelgroep identificeren en segmenteren;
- Concept – hoe ziet het creatieve concept voor de campagne eruit en hoe zorgt Inschrijver dat dit aansprekend is voor de doelgroep;
- Kanaalkeuze – welke marketing- en communicatie gaat Inschrijver gebruiken en waarom;
- Budget – hoe ziet de budgetraming eruit;
- Planning – hoe ziet de campagneopbouw eruit;
- Meetbare doelstellingen – welke KPI's gebruikt Inschrijver om het succes van de campagne te meten.

Doelstelling:

Zone.college wenst zaken te doen met een Opdrachtgever die met haar campagnes de doelgroep van Zone.college zo goed mogelijk, naar oordeel van Zone.college, weet te bereiken en weet aan te spreken en daar actief bij betrokken wordt.

Casus perceel 2: Arbeidsmarktcommunicatie

Op welke wijze pakt Inschrijver de arbeidsmarktcampagne aan?

Inschrijver laat, aan de hand van een (media)campagnevoorstel, zien op welke wijze zij Zone.college als aantrekkelijke werkgever in de markt zet bij de doelgroep, met specifieke aandacht voor de invulling van de vacature docent groen in het MBO. Het budget voor onderhavige (media)campagne wordt gesteld op € 100.000,-.

Daarnaast besteedt inschrijver aandacht aan de wijze waarop zij invulling geeft aan partnerschap binnen dit (media)campagnevoorstel, door concreet te maken hoe Opdrachtgever bij het (media)campagnevoorstel betrokken wordt.

De doelgroep betreft onderwijzend personeel. Specifiek dient Inschrijver aandacht te besteden aan de invulling van een docent groen voor het MBO, daar een vacature open staat.

Doelstellingen van de campagne:

- Verhoging van de zichtbaarheid en naamsbekendheid van Zone.college als aantrekkelijke werkgever;
- Aantrekken van onderwijzend personeel;
- Aantrekken van een docent groen voor het middelbaar beroepsonderwijs;

In het campagnevoorstel moet tenminste worden toegelicht:

- Doelgroepanalyse – op welke wijze gaat Inschrijver de doelgroep identificeren en segmenteren;
- Concept – hoe ziet het creatieve concept voor de campagne eruit en hoe zorgt Inschrijver dat dit aansprekend is voor de doelgroep;
- Kanaalkeuze – welke communicatiekanalen en platforms gaat Inschrijver gebruiken en waarom;
- Budget – hoe ziet de budgettraming eruit;
- Planning – hoe ziet de campagneopbouw eruit;
- Meetbare doelstellingen – welke KPI's gebruikt Inschrijver om het succes van de campagne te meten.

Doelstelling:

Zone.college wenst zaken te doen met een Opdrachtgever die met haar campagnes de doelgroep van Zone.college zo goed mogelijk, naar oordeel van Zone.college, weet te bereiken en weet aan te spreken en daar actief bij betrokken wordt.

4.5 Varianten

Het indienen van varianten is niet toegestaan. Varianten worden niet beoordeeld.

5. Beoordeling van inschrijvingen

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe inschrijvingen worden beoordeeld.

5.1 Toetsing aan de vormvereisten

Tijdig ingediende inschrijvingen worden allereerst getoetst op de vormvereisten. Inschrijvingen die niet aan de vormvereisten voldoen worden uitgesloten van verdere beoordeling.

5.2 Voldoen aan de eisen ten aanzien van inschrijvers

Inschrijvingen die voldoen aan de vormvereisten, worden getoetst op de eisen ten aanzien van inschrijvers. Inschrijver verklaart te voldoen aan de minimeisen door het rechtsgeldig ondertekenen van het UEA. Het niet voldoen aan de eisen of voorwaarden van deze aanbesteding leidt tot uitsluiting.

5.3 Beoordeling van antwoorden op vragen en presentatie

Van inschrijvingen die voldoen aan de eisen ten aanzien van de inschrijvers, worden de antwoorden op de vragen beoordeeld.

Beoordeling geschiedt eerst individueel door de leden van het beoordelingsteam. Vervolgens wordt de definitieve beoordeling in consensus vastgesteld.

Beoordeling geschiedt aan de hand van het onderstaande beoordelingskader.

Per antwoord worden de scores (indien van toepassing) afgerond op twee decimalen.

Score per antwoord	Kenmerken beantwoording
100%	Het ingediende antwoord bevat antwoord op de vraag, geeft invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag en: • de gegeven invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag is van grote toegevoegde waarde voor de aanbestedende dienst en/of • bevat (een) aanvulling(en) ten opzichte van de doelstelling behorende bij de vraag die van grote toegevoegde waarde is/zijn voor de aanbestedende dienst.
75%	Het ingediende antwoord bevat antwoord op de vraag, geeft invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag en: • bevat een zeer concrete invulling van de vraag en/of doelstelling behorende bij de vraag en/of • de gegeven invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag is van enige toegevoegde waarde voor de aanbestedende dienst en/of • bevat (een) aanvulling(en) ten opzichte van de doelstelling behorende bij de vraag die van enige toegevoegde waarde is/zijn voor de aanbestedende dienst.
50%	Het ingediende antwoord bevat antwoord op de vraag en geeft invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag maar: • bevat geen toegevoegde waarde voor de aanbestedende dienst in het antwoord op de vraag en de invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag en

	• bevat geen aanvulling(en) ten opzichte van de doelstelling behorende bij de vraag die van toegevoegde waarde is voor de aanbestedende dienst.
25%	Het ingediende antwoord: • bevat deels antwoord op de vraag en/of • geeft deels invulling aan de doelstelling behorende bij de vraag en/of • bevat een antwoord waaruit blijkt dat er één of meer storende beperkingen worden ingebracht op de vraag of de doelstelling behorende bij de vraag en/of • geeft een onduidelijke en/of te weinig concrete invulling van de vraag en/of de doelstelling behorende bij de vraag.
0%	Het ingediende antwoord bevat: • geen antwoord op de vraag en/of • geen bevestiging dat er invulling wordt gegeven aan de doelstelling behorende bij de vraag.

Voor de antwoorden op de open vragen moeten inschrijvingen minimaal de helft van het totale aantal punten voor kwaliteit toegekend krijgen om in aanmerking te komen voor gunning. Indien inschrijvingen niet dit minimale aantal behalen, wordt voor deze inschrijvingen het subgunningscriterium prijs niet beoordeeld en wordt de inschrijver niet uitgenodigd voor de presentatie.

5.4 Beoordeling van de prijs

Voldoet de inschrijving aan de eisen en wordt het minimaal aantal punten voor kwaliteit behaald? Dan wordt het subgunningscriterium prijs beoordeeld. Prijzen zijn tijdens de beoordeling van de kwaliteit alleen bekend bij de procesleider van de aanbesteding. Prijzen worden bekend gemaakt aan de beoordelaars na afloop van de kwalitatieve beoordeling.

De inschrijver met de laagste prijs ontvangt 30 punten. De punten voor overige inschrijvers worden daarvan afgeleid middels de formule:

$$\text{Score} = 30 - (30 * \text{LOG}(\text{prijs inschrijver} / \text{laagste prijs}; 1,5))$$

Indien na controle van de bewijsstukken blijkt dat de winnende inschrijver niet kan voldoen aan de uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen, dient er een nieuwe winnende inschrijver geselecteerd te worden. Indien de initiële winnende partij de laagste prijs heeft ingediend, is het mogelijk dat er een andere rangschikking tot stand komt dan gecommuniceerd in de initiële gunningsbeslissing. De kwaliteit blijft door het absolute beoordelingskader gelijk aan de eerder gecommuniceerde score en motivering. Er zal een herbeoordeling op prijs plaatsvinden middels de gestelde formule en na herbeoordeling worden de inschrijvers gerangschikt en zal de gunningsbeslissing opnieuw verzonden worden.

Scores voor prijzen worden afgerond op twee decimalen.

5.5 Rangschikking

De scores voor kwaliteit en prijs worden met elkaar in verband gebracht. Dat gebeurt middels de verhouding:

Prijs	Kwaliteit
30%	70%

De totale scores van de inschrijvingen worden gerangschikt van hoog naar laag. De scores voor prijs en kwaliteit opgeteld bepalen de totaalscore.

Staan er twee inschrijvers op de eerste plek? Dan gunt Opdrachtgever aan de inschrijver met de hoogste score voor kwaliteit. Wanneer beide inschrijvers hetzelfde puntenaantal voor kwaliteit hebben, wordt de winnende partij bepaald door loting.

6. Vervolg

Nadat inschrijvingen op basis van de scores voor prijs en kwaliteit gerangschikt zijn, wordt aan de als hoogste gerangschikte inschrijver(s) een gunningsbericht verstuurd. Mededeling van de gunningsbeslissing is geen aanvaarding van het aanbod. Tegelijkertijd ontvangen overige inschrijvers een bericht van afwijzing. In de afwijzing staat welke inschrijver(s) de opdracht heeft gewonnen en wat de verschillen zijn tussen de winnende inschrijving(en) en de inschrijving van de afgewezen inschrijver.

Het is mogelijk om bezwaar te maken na ontvangst van een afwijzingsbrief. Dat dient te gebeuren vóór afloop van de genoemde standstill termijn. Dit is een fatale vervalltermijn. Inschrijver maakt bezwaar door het starten van een kort geding bij de Rechtbank te Gelderland, locatie Zutphen. In het belang van een snelle en goede voortgang stelt inschrijver de contactpersoon van Aanbestedende Dienst tijdig op de hoogte van het aanwenden van een rechtsmiddel, samen met een kopie van de betekende dagvaarding met de tijd en datum waarop de zaak behandeld wordt.

Er wordt gegund onder voorbehoud van geldige bewijsstukken en uitblijven van bezwaar. Met het ondertekenen van de overeenkomst, aanvaardt de aanbestedende dienst het aanbod in de gegunde inschrijving(en).

Indien een inschrijving niet aan alle vereisten voldoet, wordt deze inschrijving uitgesloten. De aanbestedende dienst selecteert de eerstvolgende in de rangschikking. Aanbestedende dienst verzend opnieuw de gunningsbeslissing. De standstill termijn gaat op dat moment opnieuw in. Wanneer een inschrijver bezwaar heeft tegen de voorgenomen gunning, dient hij bezwaar te maken binnen de standstill termijn door het betekenen van een kort geding. Deze termijn is een vervalltermijn wat betekent dat inschrijver na het verlopen van deze termijn zijn rechten heeft verwerkt tot het instellen, al dan niet in een bodemprocedure, van een vordering tot schadevergoeding.

Na afronding van de procedure stelt Aanbestedende Dienst een proces-verbaal van gunning op en publiceert via hetzelfde kanaal als waar de aanbesteding is gepubliceerd.