

## Nota van inlichtingen

### Europese aanbesteding 'Marketingstrategie en Mediastrategie en hieraan gerelateerde Diensten'

Datum	Maandag 18 december 2023
Aantal vragen	151 vragen

Nr.	Percelen	Vraag door geïnteresseerde marktpartij	Beantwoording
1	Perceel 1.	<p>Waarom kiest u voor 1 ronde om over te gaan tot gunning en niet een inschrijvings- en gunningsronde?</p> <p>Op deze wijze kan het ook zijn dat de kerncompetenties niet voldoende zijn en het werk dat in de selectiecriteria is gestoken eigenlijk onnodig was.</p>	<p>De KB heeft bewust gekozen voor een openbare aanbestedingsprocedure. Deze keuze is afhankelijk van verschillende factoren. Denk bijvoorbeeld aan een ruimere concurrentie, maar ook aan de benodigde doorlooptijd. De KB ziet geen (directe) waarde toevoeging in het uitvoeren van een Niet-Openbare aanbestedingsprocedure.</p> <p>De geïnteresseerde is zelf verantwoordelijk voor de overweging om wel of niet deel te nemen aan de aanbesteding en in te schatten of kan worden voldaan aan hetgeen uitgevraagd in de aanbestedingsstukken.</p>
2	Perceel 2.	Welke communicatie-activiteiten hebben jullie sinds de lancering op 14 september ontwikkeld, en welke budgetten zijn er geïnvesteerd?	Het is voor de KB niet helder wat u bedoelt met uw vraag. Kunt u uw vraag verhelderen en opnieuw indienen?
3	Perceel 1. en Perceel 2.	Zijn er afspraken met mediapartijen waar wij rekening mee moeten houden?	Nee, de KB heeft geen afspraken met mediapartijen waar een opdrachtnemer rekening mee dient te houden.
4	Perceel 2.	Hebben jullie first-party-data beschikbaar?	De KB heeft geen first party data beschikbaar en verwacht dat de opdrachtnemer in de toekomst inzage zal geven in de behaalde resultaten.

5	Perceel 1. en Perceel 2.	Kunnen de resultaten en learnings van de huidige (meest recente) landelijke marketingstrategie en campagnes met ons gedeeld worden?	De KB heeft geen learnings beschikbaar vanuit eerdere mediacampagne uitingen. De KB verwacht gebruik te maken van uw expertise.
6	Perceel 1. en Perceel 2.	KB wenst een eenduidige werkwijze voor de inkoop van diensten. Hoe is deze werkwijze op dit moment georganiseerd? En heeft Opdrachtnemer een rol bij de transitie naar de nieuwe situatie?	Op dit moment worden de diensten door verschillende afdelingen binnen de KB ingekocht en is het totaal aantal uitvragen zeer beperkt inzichtelijk. De KB wenst centraal in te kopen.  De KB faciliteert een kick-off met de opdrachtnemers om het proces en de eventuele rollen hierin te bespreken om deze doelstelling te behalen.
7	Perceel 1. en Perceel 2.	Hoe wordt de consistente kwaliteit van de dienstverlening gemeten?	De consistentie van de kwaliteit van de dienstverlening wordt gemeten aan de hand van evaluaties die na afloop van elke nadere overeenkomst zal worden uitgevoerd. Hierbij wordt stil gestaan bij de behaalde resultaten. De gewenste resultaten worden in de briefing, vooraf, gedefinieerd en gedeeld met de opdrachtnemer(s).
8	Perceel 1. en Perceel 2.	KB wil meer datagericht en datagedreven gaan werken. Aan welke data heeft KB met name behoefte en welke data heeft KB zelf beschikbaar?	Dit heeft betrekking op Perceel 2. Het gaat om de resultaten vanuit verschillende ingekochte media die vervolgens worden geanalyseerd en gedeeld met de KB.  De KB heeft daarnaast onder andere behoefte aan klantonderzoek en kwantitatieve dataverzamelingdiensten. Dit is echter niet opgenomen in de scope van deze aanbesteding. De KB is voor 'onderzoeken' momenteel een separate aanbesteding aan het voorbereiden/vormgeven.
9	Perceel 2.	Worden er al merk- en campagnemetingen uitgevoerd (en door wel marktonderzoeksbureau)? Zo ja, kunnen wij van de laatste 3 jaar de uitkomsten daarvan ontvangen?	Deze metingen zijn in 2023 pas weer opgestart en de rapportages zijn nog niet beschikbaar. De onderzoeken zijn bij verschillende bureaus gedaan. Zoals beschreven in de beantwoording van vraag 8 is de KB momenteel voor 'onderzoeken' een separate aanbesteding aan het voorbereiden/vormgeven.

10	Perceel 2.	Naast media strategie, planning en inkoop denken we ( <del>xxx</del> ) ook graag mee over merk- en conceptontwikkeling. Want als we het geheel beter begrijpen kunnen we effectievere en efficiëntere mediaplannen ontwikkelen. Werken jullie ook met positionerings- of designbureaus en zo ja welke zijn dat?	De KB werkt momenteel niet met positionerings- of designbureaus. In Perceel 1 vraagt de KB om twee marketingbureaus die ook meedenken over bijvoorbeeld een merk-campagne.
11	Perceel 2.	Wat zijn de belangrijkste communicatie doelstellingen die de KB wil realiseren? (denk bijvoorbeeld aan merkbekendheid, merkvoorkeur, website bezoek)	De belangrijkste marketingdoelstellingen die de KB wenst te bereiken zijn: het vergroten van de merkbekendheid en het vergroten van het bereik en gebruik van de verschillende diensten en programma's.
12	Perceel 2.	Hoe ziet de KB de rol van social media in haar communicatie: agenderend of activerend?	De KB focust zich op de organische content, maar dit kan zeker activerend zijn. Rol kan dus zowel agenderend als activerend zijn.
13	Perceel 2.	Wat heeft de KB in het verleden ingezet qua media en welke lessen zijn hieruit geleerd?	Voor het programma basisvaardigheden wordt een combinatie ingezet van landelijke TV, online video, social media en regionaal radio en print. Voor de onlinebibliotheek en erfgoeddiensten een combinatie van onlinevideo, social media, regionaal print. Het is niet mogelijk om te zeggen welke lessen hieruit zijn geleerd. De campagnes zijn zo divers, op verschillende doelgroepen, dat de lessen verschillend zijn per campagne.
14	Perceel 1.	u vraagt wel bij Perceel 1 het ontwikkelen/opstellen van content, campagnes en middelen. Maar bij 2.3 geeft u aan dat ontwerp, design buiten scope is? Dat lijkt tegenstrijdig, kunt u dat toelichten?	Het ontwikkelen van content en middelen binnen de context van een campagne valt binnen de scope van de opdracht. Naast campagnes wordt er ook veel andere on- en offline content ontwikkeld, bijvoorbeeld voor social media, onze websites of jaarverslagen. De productie van deze content en middelen valt buiten scope.
15	Perceel 2.	SEA inkoop voor erfgoeddiensten behoort tot de scope van optionele diensten. Mogen we daaruit concluderen dat SEA wel tot de reguliere scope behoort voor het openbare bibliotheekprogramma, online bibliotheek en het merk KB?	De SEA voor het openbare bibliotheekprogramma, online bibliotheek en het merk KB behoren tot de scope van deze aanbesteding.
16	Perceel 2.	Valt SEA binnen de scope van de casus?	Ja, de SEA valt binnen de scope van de casus Mediaplan LEES-app.

17	Perceel 1. en Perceel 2.	De KB verwacht ondersteuning nodig te hebben op drie programma's. Bestaat er de mogelijkheid dat dit uitgebreid wordt en zo ja, welke programma's betreffen dit?	Ja de in het herzien Beschrijvend Document genoemde programma's en (digitale) bibliotheekdiensten kunnen gedurende de looptijd van de raamovereenkomst worden uitgebreid. De KB is echter niet instaat om nu al een volledige lijst te delen. Het kan zijn dat er bijvoorbeeld tijdens de looptijd van de overeenkomst nieuwe programma's en projecten kunnen worden opgestart.
18	Perceel 1.	<p>- Bij Omvang van Opdracht staat dat jullie ongeveer 10 strategieën per jaar nodig denken te hebben. Is dat op basis van eerdere marketingactiviteiten in de afgelopen jaren, of een inschatting op basis van de gewenste toekomstige communicatie?</p> <p>- In de casus voor Delpher wordt ook gevraagd naar een visueel concept. In hoeverre moeten we hiervoor de richtlijnen van de huisstijl aanhouden?</p> <p>- Kunnen jullie de huisstijl richtlijnen voor Delpher en de Koninklijke Bibliotheek beschikbaar stellen?</p> <p>- In de casus voor Delpher worden heldere doelstellingen geformuleerd (e.g. 55% van de doelgroep bereiken). Over welke periode gaat dit, en hoeveel budget is ervoor beschikbaar?</p> <p>- Zijn er eerder campagnes geweest om Delpher onder de aandacht te brengen en valt er wat te zeggen over de resultaten?</p>	<p>- Deze inschatting is zowel op basis van eerdere activiteiten én een inschatting van de gewenste toekomstige communicatie.</p> <p>- Er is een stijlgids voor Delpher en deze kunt u vinden in Bijlage Y. Stijlgids Delpher. Voor het visueel concept kan deze stijl worden toegepast, maar Inschrijver wordt niet beoordeeld op het toepassen hiervan.</p> <p>- Het gaat om een periode van maximaal zes weken met een totaalbudget (inclusief mediakosten) €50.000,- (exclusief btw).</p> <p>- Deze zijn er geweest, in juni en juli 2023 is een campagne gedaan voor de awareness van Delpher door middel van een onlinecampagne. De KB had 'het vergroten van het bereik' als doelstelling en die doelstelling is behaald.</p>
19	Perceel 1.	U wilt pro-actief geadviseerd worden door het bureau over inzet van on- en offline middelen. Bedoeld u dit na gunning van een minicompetitie?	Ja, voor <i>Perceel 1 Marketing- en campagnestrategie</i> bedoelt de KB hiermee de periode na de gunning van de betreffende minicompetitie
20	Perceel 1.	Er staat dat de werkzaamheden in perceel 1 te maken hebben met opleveren van middelen en stijlgidsen en met voor KB toegankelijke en bewerkbare middelen. Wat verstaat u onder voor KB toegankelijke en bewerkbare middelen?	Onder voor KB toegankelijke en bewerkbare middelen wordt verstaan dat de opgeleverde resultaten door de KB zelfstandig bewerkt kan worden. En dat de KB eigenaar is van deze middelen en deze zelfstandig kan bewerken en gebruiken op de momenten dat de KB dat wil.

21	Perceel 1.	In hoofdstuk 2.3 (pagina 11) stelt u: 'Buiten de scope vallen ontwerp, design en toepassing van huisstijl(en) en logo, evenals visual design en contentcreatie van uitingen.' Betekent dit dat van Opdrachtnemer wordt verwacht tijdens en/of na conceptontwikkeling op te trekken met de vormgever van de KB?	Nee, de opdrachtnemer schakelt met de behoeftesteller binnen de KB. Er wordt niet verwacht dat opdrachtnemer optrekt met vormgever. Opdrachtnemer dient de verschillende huisstijlen toe te passen. Voor een toelichting op de buiten scope van deze onderdelen, zie de beantwoording op vraag 14.
22	Perceel 1.	U meldt dat binnen de scope van de opdrachtnemer verwacht wordt campagnestijlen te ontwikkelen, terwijl toepassing van de huisstijl buiten de scope valt. Moeten campagnestijlen dan toch binnen de huisstijl worden ontworpen?	De toepassing van de huisstijl valt niet buiten scope, alleen het ontwikkelen van de huisstijl valt buiten scope. Alle middelen moeten juist binnen de huisstijl worden ontwikkeld, ook de campagnestijl.
23	Perceel 2.	Paragraaf 2.2 Perceelindeling  Perceel 2. Mediastrategie-, inkoop-, en planning  Wat wordt er bedoeld met de verwachting van de KB dat opdrachtnemer substantiële inkoopkracht (volume-inkoop) heeft? Hoe wordt deze verwachting getoetst tijdens het aanbestedingsproces?	Hiermee bedoelt de KB dat de opdrachtnemer voldoende onderhandel kracht dient te hebben onder de verschillende mediaexploitanten en dient instaat te zijn om de facturatie via de opdrachtnemer te laten lopen.  Dit wordt in het aanbestedingsproces getoetst aan de hand van het voldoen aan kerncompetentie D.
24	Perceel 2.	Wat verstaat de Koninklijke Bibliotheek onder 'substantiële' inkoopkracht?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 23.
25	Perceel 2.	U geeft aan: "Transparant is en helder financieel inzicht biedt met hierin de gemaakte kosten aan mediaexploitanten". Betekent dit dat de facturatie via opdrachtnemer verloopt?	Ja, de KB wenst de facturatie via de opdrachtnemer te laten verlopen.
26	Perceel 1.	Is produceren van communicatiemiddelen buiten scope van deze opdracht?  En als dit inderdaad buiten scope is; waarom?  En als dit inderdaad buiten scope is; wie doet de productie?  Is conceptontwikkeling wel binnen scope?	Conceptontwikkeling en de doorvertaling daarvan in (online en offline) middelen zijn binnen de scope van deze aanbesteding. In de briefing zal de KB aangeven in welke middelen de betreffende campagne doorvertaald dient te worden. Het verder doorvertalen van het concept in alle campagne-middelen doet de KB zelf, intern. Om die reden wordt gevraagd om een campagnegids met toegankelijk en bewerkbare middelen voor de KB.

27	Perceel 1.	Er staan een reeks aan werkzaamheden opgesomd. Als deze werkzaamheden binnen een campagne vallen mogen deze dan wel door het bureau uit deze ROK uitgevoerd worden. Dus bijvoorbeeld het ontwikkelen van een infographic en het uitvoeren van ontwerpwerkzaamheden gerelateerd aan de campagne?	Het ontwikkelen van een infographic en het uitvoeren van ontwerpwerkzaamheden gerelateerd aan de campagne vallen binnen deze Raamovereenkomst.
28	Perceel 2.	Is het de bedoeling dat de opdrachtnemer wel in staat is de onderdelen die buiten de scope vallen te kunnen realiseren?	Nee, dit wordt niet van de opdrachtnemer(s) verwacht. Buiten scope betekent dat dit geen onderdeel is van de opdracht.
29	Perceel 2.	Kunt u op basis van de raming aangeven in percentages wat de verhouding is tussen media-inkoop en overige gevraagde dienstverlening in perceel 2?	Nee, de KB kan geen verdere inzage verschaffen in de onderliggende verhoudingen, anders dan de verhoudingen die zijn gegeven in de onderliggende puntenverdeling tussen media-inkoop en overige gevraagde dienstverlening.
30	Perceel 1. en Perceel 2.	Kunt u aangeven voor welke periode reeds subsidies zijn verstrekt?	De KB ontvangt sinds 2019 jaarlijks subsidie(s). Op dit moment is de KB in afwachting van de toekenning voor het jaar 2024.
31	Perceel 2.	Waar is de budget verdeling Openbaar bibliotheekprogramma, Onlinebibliotheek en KB op gebaseerd?	De budgetverdeling is gebaseerd op vastgestelde subsidietoekenningen.
32	Perceel 2.	Er wordt een te verwachten fluctuatie van de budgetten beschreven. Wat betekent dit in de praktijk: is er wel een jaarplan structuur mogelijk waarop we ons kunnen richten en committeren? Of worden de budgetten ad hoc per kwartaal bekend gemaakt?	De subsidietoekenning vindt per kalenderjaar plaats. Het werken op basis van een vaste structuur is wat betreft de KB mogelijk en zelfs gewenst.
33	Perceel 2.	Perceel 2. Mediastrategie, -inkoop en -planning heeft een geschatte omvang Circa € 1.000.000 tot €2.000.000, - (exclusief btw) per jaar. Is dit inclusief het budget voor de inkoop van media?	Ja, de verstrekte omvang van de Opdracht in paragraaf 2.4 van het herzien Beschrijvend Document is inclusief mediakosten.
34	Perceel 1.	Voor perceel 1 wordt gesproken over een indicatie van tien strategieën op jaarbasis. Kunt u aangeven waarin in uw optiek een strategie uit bestaat?	Het ontwikkelen van een campagnestrategie en/of het ontwikkelen van een nieuw en creatief marketingconcept. Zie hiervoor ook paragraaf 2.2 Perceel 1 van het Herzien Beschrijvend Document.
35	Perceel 1. en Perceel 2.	• “Er is op dit moment onduidelijk hoeveel marketing- en campagnestrategie en/of mediastrategie, -inkoop en -planning de KB af gaat nemen. Er wordt in de huidige situatie door verschillende	Momenteel zijn er circa vijf afdelingen die marketingstrategieën inkopen. De KB wenst dit aantal afdelingen te minimaliseren door de inkoop hiervan te centraliseren.

		afdelingen binnen de KB ingekocht.” Hoeveel afdelingen kent KB en welke afdelingen hebben het afgelopen jaar strategieën ingekocht?	
36	Perceel 2.	Kan de KB inzicht geven in welk deel (welk percentage) van haar budget voor perceel 2 bestemd is voor de inkoop van media (ad-spend)? Kan de KB ook inzicht geven in welk deel (percentage) van haar budget voor media-inkoop (ad-spend) bestemd is voor online media en welk deel (percentage) voor offline media?	De verhouding tussen de inzet van online en offline media kan per nadere opdracht verschillen. Gedurende de nadere offerte aanvraag wordt er aan de opdrachtnemer gevraagd om een passend advies over de in te zetten mediakanalen.
37	Perceel 1. en Perceel 2.	De budgetten zijn afhankelijk van subsidies, is het ook mogelijk dat gedurende de looptijd budgetten wijzigen?	Ja, de budgetten zijn voor een groot deel afhankelijk van het wel of niet verkrijgen van subsidies.
38	Perceel 2.	U geeft aan dat in de huidige situatie door verschillende afdelingen binnen de KB wordt ingekocht. Betekent dit dat de Inschrijver in de praktijk te maken krijgt met verschillende contactpersonen of verlopen de opdrachten centraal via één afdeling richting de Inschrijver?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 35.
39	Perceel 2.	Perceel 1 en 2 verschillen, maar een nauwe samenwerking tussen de bureaus is wat ons betreft onontbeerlijk. Wij werken graag vanuit de driehoek: klant, reclame- en mediabureau. Is er ruimte voor periodieke progressiemetingen binnen deze driehoek?	De KB staat ervoor open om binnen de uitvoering van nadere opdracht onder de contractpartijen periodiek voortgangsgesprekken uit te voeren.  Na afronding van elke nadere overeenkomst vindt een evaluatie plaats.
40	Perceel 1. en, Perceel 2.	Paragraaf 3.3 Communicatie gedurende Aanbesteding  Indien het huidige bureau ook meedoet met deze aanbesteding, zijn er dan andere contactpersonen aangesteld voor deze aanbesteding dan de dagelijkse communicatie?	De leden van het aanbestedingsteam hebben geen contact over deze aanbesteding met de huidige marktpartij(en). Het contact ten aanzien van deze aanbesteding verloopt enkel via TenderNed.
41	Perceel 1.	Zorgt de KB zelf voor het doorzetten van de in perceel 1 ontwikkelde plannen naar de opdrachtnemer in perceel 2? Kunt u inzicht geven in uw voorkeur met betrekking tot dit proces?	De KB heeft de voorkeur om in een driehoeksverhouding te werken in de afstemming tussen Perceel 1 en 2.

43	Perceel 1.	<p>Kunt u toelichten waarom er gekozen wordt voor het verdelen van de opdrachten door middel van minicompetities? Kunt u ook werken met verdeling van opdrachten onder de twee bureau's zodat er een eerlijke verdeling van de omzet ontstaat. Om binnen een raamovereenkomst te komen moeten bureau's enorme inspanning verrichten in tijd en energie. Als er dan na gunning ook pas gewerkt kan worden na weer inspanning dmv een minicompetitie is dit wellicht buiten proportie.</p>	<p>De KB heeft bewust de keuze gemaakt om voor perceel één te komen tot een raamovereenkomst met twee opdrachtnemers met als doel om nadere opdrachten doormiddel van minicompetities in concurrentie uit te zetten. In deze keuze is de concurrentiestelling en mogelijk wisselende expertise gebieden van de opdrachtnemer doorslaggevend geweest. Met behulp van de minicompetities zal voor opdrachtnemers het begrote aantal uren realistisch en reëel moeten worden ingeschat en daarmee scherp blijven gedurende de looptijd van de overeenkomst.</p> <p>De KB is het niet eens met uw constatering dat de nadere opdrachtverstrekking onder de minicompetitie enorme tijd en inspanning van de opdrachtnemers vergt. Conform paragraaf 2.6.0.1 'Minicompetities binnen de Raamovereenkomst (Perceel 1)' vraagt de KB de opdrachtnemers in de regel enkel een plan van aanpak, timeline en begroting (in aantal uren van de betreffende functies). Er wordt van de opdrachtnemer nog niet verwacht om al met conceptontwikkeling en/of campagnestrategie bezig te zijn.</p>
44	Perceel 1.	<p>Minicompetities met elke keer twee bureau's is best veel gevraagd vooral ook omdat prijs voor 60% telt. Is het mogelijk om voor een aantal campagnes gewoon een verdeling te maken onder de twee bureau's zodat ze verzekerd zijn van een stukje omzet uit deze ROK?</p>	<p>De KB heeft bewust de keuze gemaakt om de opdrachtverdeling onder de Raamovereenkomst te organiseren aan de hand van minicompetities en wenst hier niet van af te wijken, zie ook het antwoord op vraag 43</p>
45	Perceel 1.	<p>U schrijft: 'In de Minicompetitie(s) voor de Nadere Overeenkomst(en) geldt de verhouding van 40% kwaliteit en 60% prijs.' Dit betekent de facto dat de bureaus nóg een keer moeten concurreren op prijs, nadat dat ook in de aanbesteding al het geval is geweest. Wilt u dit heroverwegen, ook al omdat u zelf belang heeft bij het beste voorstel. Vooral nadat u zich in de aanbesteding al heeft verzekerd van een economisch-voordelig voorstel?</p>	<p>In de Minicompetitie(s) voor de Nadere Overeenkomst(en) geldt de verhouding van 40% kwaliteit en 60% prijs. In het onderdeel prijs wordt niet opnieuw punten toegekend aan de reeds beoordeelde uurtarieven, maar wordt gekeken naar het voorstel, de benodigde ureninzet en benodigde rollen. Dit samen geeft inzicht in de 'prijs' voor de betreffende opdracht.</p>

46	Perceel 1.	Het doel van de raamovereenkomst (voor Perceel 1) is om te komen tot twee leveranciers in een raamovereenkomst. Daarbij moeten Minicompetitie(s) bepalen hoe de Nadere Overeenkomst(en) worden ingevuld. Welke garantie geeft u de leveranciers met betrekking tot een rechtvaardige verdeling van opdrachten en bijbehorende omzet? Toelichting: zonder enige zekerheid met betrekking tot omzet is het voor bureaus onmogelijk om de constante kwaliteit (en prijs) te leveren die u van ze verwacht.	Het is niet mogelijk om een indicatie te geven van het aantal en de omvang van de opdrachten. Dit fluctueert naar gelang van behoefte. De KB heeft de specifieke behoefte aan minicompetities onder de Raamovereenkomst om zo het meest passende voorstel te contracteren in een nadere overeenkomst. Er zijn geen garanties mogelijk.
47	Perceel 1.	Is het de geselecteerde bureaus verplicht om deel te nemen aan de mini-competities?	Opdrachtnemer heeft <u>niet</u> vrijblijvend de mogelijkheid om een minicompetitie af te wijzen, maar dient kenbaar te maken of hij wel of niet kan deelnemen aan de minicompetitie. Indien Opdrachtnemer niet kan deelnemen, dient Opdrachtnemer dit te motiveren aan de KB.  (Deelname aan) Minicompetities vormt een onderwerp op de agenda tijdens het kwartaaloverleg.
48	Perceel 1.	De opdrachten binnen perceel 1 worden via minicompetities onder de twee opdrachtnemers in het contract verdeeld (o.a. pagina 11 van uw beschrijvend document). De aangeboden prijs weegt daarbij voor maar liefst 60% mee. Zou kwaliteit niet zwaarder moeten wegen dan prijs, temeer omdat de prijs voor een belangrijk deel al vastligt in de door de bureaus aangeboden tarieven?	De KB gaat ervan uit dat na gunning van de Raamovereenkomst er Opdrachtnemers zijn gecontracteerd die een hoge mate van kwaliteit bieden. Deze opdrachtnemers hebben immers de aanbesteding gewonnen, waarbij de kwaliteit het uitgangspunt is. Zoals uiteengezet in het antwoord op vraag 45 gaat het de KB om het voorstel met hierin de voorgestelde capaciteit (benodigde uren en rollen).

49	Perceel 1.	De opdrachten binnen perceel 1 worden via minicompetities onder de twee opdrachtnemers in het contract verdeeld (o.a. pagina 11 van uw beschrijvend document). Dit vraagt van opdrachtnemers om een behoorlijke investering per opdracht, terwijl tegelijkertijd onduidelijk is of en zo ja, op hoeveel opdrachten opdrachtnemers op jaarbasis kunnen rekenen. Naast het houden van minicompetities zijn er andere mogelijkheden om opdrachten te verdelen, bijvoorbeeld op basis van specifieke expertise of vanuit het uitgangspunten dat beide opdrachtnemers op jaarbasis voor ongeveer een gelijk bedrag aan opdrachten moeten kunnen uitvoeren. Deelt u ons punt dat het houden van minicompetities tot een voor beide opdrachtnemers ongewenste uitkomst kan leiden? Staat u open voor zo'n andere manier van verdelen van opdrachten in plaats van of aanvullend op mini-competities?	De KB deelt niet uw mening dat nadere opdrachtverstrekking door middel van minicompetities zal leiden tot nadelige gevolgen voor de opdrachtnemers. Het is aan de opdrachtnemer zelf om scherp te zijn in haar aanbieding op de nadere offerte aanvraag. Zie ook het antwoord op vraag 43.
50	Perceel 1.	u selecteert twee geschikte bureaus die in de raamovereenkomst komen. Waarom moeten deze dan, maximaal, 6 jaar lang onbetaald pitchen?	De KB begrijpt uw vraag niet volledig, De KB heeft niet de verwachting dat een pitch een onderdeel vormt van de minicompetities.
51	Perceel 1.	Wat als beide opdrachtnemers nee zeggen tegen de minicompetitie?	Opdrachtnemer verplicht zich ertoe om binnen twee werkdagen na ontvangst van de Offerteaanvraag, met inachtneming van het bepaalde in de Raamovereenkomst te reageren en binnen vijf werkdagen een Nadere Offerte uit te brengen.  Indien opdrachtnemer geen nadere offerte kan indienen, behoudt de KB het recht voor de vervolgroute te bepalen. Dit is overeenkomstig met eis 5.2 van het Programma van Eisen en artikel 4 lid 2 uit de Concept van de Raamovereenkomst, zie tevens het antwoord op vraag 47.
52	Perceel 1.	Is er een voorgeschreven deelname percentage? Oftewel, zijn de opdrachtnemers verplicht aan een bepaald percentage van de minicompetities mee te doen?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 47

53	Perceel 1.	U geeft aan dat er telkens een minicompentie plaatsvindt. Waarom kiest u hiervoor en niet bijvoorbeeld voor de verdeling van opdrachten op basis van toerbeurten? Bureaus zijn geselecteerd op basis van kwaliteit en prijs, u mag dus verwachten dat bureaus een kwalitatief plan en marktconforme prijs hanteren.	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 43, 45 en 48.
54	Perceel 1.	Heeft u overwogen om vanaf een bepaalde opdrachtwaarde een minicompentie uit te zetten en onder deze opdrachtwaarde bijvoorbeeld te kiezen voor een toerbeurt?	De KB heeft dit overwogen, maar heeft besloten om voor iedere individuele opdracht binnen deze Raamovereenkomst een minicompentie uit te vragen. Wat betreft u vraag over toerbeurt, zie het antwoord op vraag 46.
55	Perceel 1.	Bij 2.6.0.1. staat dat bij de minicompenties prijs 60% meeweegt. Waarom hebben jullie ervoor gekozen om prijs zo zwaar mee te laten wegen bij de minicompenties?  Indien de prijs /tarieven van de twee winnende partijen voor Perceel 1 uit elkaar liggen, valt er dan nog wel kans te maken een minicompentie te 'winnen' door de 'duurdere' partij?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 45 en 48.
56	Perceel 1.	U geeft aan dat kwaliteit 40% meeweegt en prijs 60%. Dat suggereert dat de goedkoopste aanbidding belangrijker is dan de kwalitatief beste aanbidding. Bent u bereid om de kwaliteit om één te zetten en de prijs dus minder zwaar mee te wegen dan kwaliteit?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 45 en 48.
57	Perceel 1.	U geeft aan dat opdrachten via minicompentie verstrekt worden. Bent u bereid om bepaalde opdrachten bij toerbeurt te verstrekken aan de opdrachtnemers? Bijvoorbeeld als de waarde van bepaalde opdrachten onder een bepaald grens komt?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 46 en 54.
58	Perceel 1.	U vraagt bureaus onbetaald te pitchen om de overkoepelende tender en vervolgens de individuele minicompenties van gemiddeld 30-50.000 euro elk. Dat betekent dat u gemiddeld 11x uren vraagt te investeren. Is er een pitchvergoeding beschikbaar voor de overkoepelende tender en de mini-compenties?  Is er een verplichting om aan alle minicompenties mee te doen?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 47 en 50.

42	Perceel 1.	In uw planning zijn de volgende data aangegeven: Publicatie tweede Nota van Inlichtingen (streefdatum) Vrijdag 22 december 2023 Sluitingsdatum indienen Inschrijvingen (deadline) Maandag 15 januari 2024 voor 10:00 uur Dit is gezien het gevraagde geenszins proportioneel. Realistisch is dat bureaus vanaf dat moment (22 december) tot en met zondag 7 januari niet of slechts met zeer beperkte bezetting draaien. Dat geeft ze een week om het gevraagde op te leveren en resulteert in kwalitatief minder uitgewerkte inschrijvingen voor de aanbestedende dienst. Bent u bereid om uw planning met betrekking tot de Inschrijvingsdatum met ten minste twee weken op te schuiven?	De planning is herzien, zie hiervoor het herzien Beschrijvend Document paragraaf 3.2.
59	Perceel 1. en Perceel 2.	De tweede NVI komt precies tijdens de kerstvakantie. En indieningen dienen binnen te zijn 1 week na de kerstperiode. Voor bureau's is december een hele drukke maand en tijdens kerst is de bezetting minimaal. Is het daarom mogelijk om meer dan 5 werkdagen de tijd te geven om de inschrijving te kunnen voltooien? Dat zou erg prettig zijn.	De planning is herzien, zie hiervoor het herzien Beschrijvend Document paragraaf 3.2.
60	Perceel 1. en Perceel 2.	Het lijkt alsof de planning in tenderned niet overeen komt met die in de leidraad. De eerste NVI is in de tenderned planning niet zichtbaar. Van welke planning moeten we uitgaan?	De planning in het herzien Beschrijvend Document is leidend. TenderNed biedt geen mogelijkheid voor het opnemen van twee nota van inlichtingen. Om deze reden heeft de KB enkel de data van de laatste nota van inlichtingen ingevuld.
61	Perceel 1.	Wij hebben van u uitstel ontvangen voor het indienen van de vragen voor de eerste nota van inlichtingen, waarvoor dank. Kunt u dan ook de gehele planning doorschuiven?	De planning is herzien, zie hiervoor het herzien Beschrijvend Document paragraaf 3.2.
62	Perceel 1.	Tussen de ontvangst van de tweede nota van inlichtingen en de uiterste aanmeldingsdatum liggen 12 dagen, waar ook de kerstvakantie invalt. Wij willen graag een week uitstel van deadline indienen inschrijvingen krijgen, kan dat?	De planning is herzien, zie hiervoor het herzien Beschrijvend Document paragraaf 3.2.

63	Perceel 1. en Perceel 2.	<p>In veel tenders is inschrijving in 2 fases. Nu lijkt het 1 fase. Maar er zijn wel 2 momenten om vragen te stellen. Klopt het dat alle bijlagen A t/m J plus de casus in 1 keer op 15 januari moeten worden ingediend?</p> <p>De data voor de Nota van Inlichtingen zijn streefdata. De deadlines niet. Als de data van de Nota van Inlichtingen niet worden gehaald, is het dan mogelijk om ook de deadlines te verschuiven. Zeker met het kerst/oud en nieuw direct na de tweede streefdatum van de Nota van Inlichtingen?</p>	<p>Nee, in <i>Bijlage J Checklist</i> treft u de onderdelen en bijlagen die tijdens de inschrijving moeten worden ingediend.</p> <p>De planning is herzien, zie hiervoor het herzien Beschrijvend Document paragraaf 3.2</p>
64	Perceel 2.	<p>In de planning staat de uitvoer van de presentaties gepland op 5-6 februari. Wat dient er voor perceel 2 gepresenteerd te worden? (Voor Perceel 1 staat dit uitgeschreven op pagina 38, voor perceel 2 ontbreekt dit)</p>	<p>De presentatie is enkel van toepassing op Gunningscriterium 3. Casus 'De merkbekendheid van Delpher' van <i>Perceel 1 Marketing- en campagnestrategie</i>, zie het herzien Beschrijvend Document paragraaf 6.6.</p> <p>De gunningscriteria van <i>Perceel 2. Mediastrategie, -inkoop en -planning</i> zijn enkel schriftelijk, zie het herzien beschrijvend document paragraaf 6.7</p>
65	Perceel 1. en Perceel 2.	<p>Wat wordt verstaan onder een crediteurenformulier?</p>	<p>Dit formulier bevat specifieke bedrijfsinformatie, zoals het IBAN-nummer. Dit formulier is als bijlage X. Crediteurenformulier toegevoegd.</p>
66	Perceel 1.	<p>Op pagina 22 van het beschrijvend document geeft u aan dat de winnende inschrijvers op uw verzoek binnen 7 werkdagen een 'crediteurenformulier' moeten aanleveren. Wat is dit voor een formulier en wat is de inhoud ervan?</p>	<p>Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 65.</p>
67	Perceel 1.	<p>Op pagina 22 van het beschrijvend document geeft u aan dat de winnende inschrijvers op uw verzoek binnen 7 werkdagen een 'Verklaring waarborging interne onafhankelijkheid Inschrijver' moeten aanleveren (in het geval ze voor beide percelen inschrijven). Wordt deze verklaring door u aangeleverd en wat moeten we in zo'n verklaring precies aantonen (m.a.w. hoe organiseren wij de 'Chinese wall' in onze organisatie)?</p>	<p>Dit is geen standaardformulier. Inschrijver verklaart een onafhankelijke scheiding in haar organisatie te waarborgen tussen de teams/afdelingen/collega's van de tweetal expertises, een zogeheten 'Chinese Wall' en neemt daarin de KB mee hoe dit wordt georganiseerd en gewaarborgd. Dit met als doel dat er tijdens de uitvoering van de Opdracht geen conflicterende belangen kunnen ontstaan. Dit is enkel van toepassing als een inschrijver op beide percelen wordt gecontracteerd.</p>

68	Perceel 1.	Klopt het dat u voor Kerncompetentie A vraagt om drie verschillende referenties?	<p>Dit klopt. U dient voor 'ten minste drie organisaties' het gevraagde aan te tonen. Zie het herzien Beschrijvend Document paragraaf 4.3.</p> <p>Ten aanzien van kerncompetentie A geldt dat Inschrijver de gevraagde bekwaamheid aantoont met maximaal drie referentieopdrachten. Dit is toegevoegd aan het herzien Beschrijvend Document.</p>
69	Perceel 1.	Bedoelt u ervaring met landelijke campagnestrategieën waarbij per campagne minimaal 3 organisaties betrokken zijn, of minimaal 3 verschillende landelijke campagnestrategieën voor 3 verschillende organisaties?	Uw laatste aanname is juist. De KB vraagt om drie verschillende landelijke campagnestrategieën voor drie verschillende organisaties. Zie ook paragraaf 4.3 van het herzien Beschrijvend Document.
70	Perceel 1.	Mogen voor Kerncompetentie B en C referenties worden gebruikt die ook voor Kerncompetentie A zijn ingezet?	Het is toegestaan om dezelfde referentieopdracht ter aantoning van meerdere kerncompetenties te gebruiken.
71	Perceel 1.	Moeten de referenten het referentieformulier ondertekenen?	Dit is niet nodig. De KB behoudt zich het recht voor de juistheid van de referentie te controleren door contact op te nemen met de contactpersoon van de referentie
72	Perceel 1. en Perceel 2.	Is het beoordelingsteam voor perceel 1 gelijk aan het beoordelingsteam voor perceel 2?	Ja, het beoordelingsteam voor Perceel 1 is gelijk aan het beoordelingsteam voor Perceel 2.
73	Perceel 1.	U schrijft: 'Voor de beoordeling van de Inschrijving stelt de KB een beoordelingsteam samen. Het beoordelingsteam bestaat uit minimaal drie leden die de deskundigheid hebben die nodig is om de Inschrijving inhoudelijk te beoordelen.' Kunt u aangeven op basis waarvan u de deskundigheid van uw beoordelingsteam in casu deze Inschrijving beoordeelt als 'de deskundigheid die nodig is'?	De drie beoordelaars zijn potentiële behoeftestellers binnen de Raamovereenkomst en bezitten een marketing achtergrond.
74	Perceel 1. en Perceel 2.	Kunt u aangeven welke functies in het beoordelingsteam vertegenwoordigd zijn?	Dit is niet relevant. Het beoordelingsteam bestaat uit minimaal drie leden die de deskundigheid hebben die nodig is om een Inschrijving inhoudelijk te beoordelen.

75	Perceel 1. en Perceel 2.	6.2 Beoordelingsteam  Welke functies hebben de leden van de beoordelingscommissie? Worden perceel 1 en perceel 2 door dezelfde beoordelingscommissie beoordeeld?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 72, 73 en 74.
76	Perceel 1.	U schrijft: 'Per Gunningscriterium komt het beoordelingsteam in consensus tot één gezamenlijke score.' Betekent dit dat het beoordelingsteam géén individuele beoordeling zal verrichten (en er dus sprake kan zijn van een 'gemiddelde' beoordeling)? En dus uitsluitend in groepsverband een gezamenlijke beoordeling zal verrichten?	Nee. De Inschrijvingen worden allereerst door de drie beoordelaars individueel beoordeeld. Vervolgens komt het beoordelingsteam samen voor een plenaire beoordelingssessie, waarin consensus wordt bereikt over de toegekende scores en motivatie.

77	Perceel 1.	Kunt u aangeven hoe de procedure is met betrekking tot de beoordeling? Vindt deze plaats direct na afloop van elke presentatie? Of pas na afloop van alle presentaties?	<p>Voor wat betreft Perceel 1 is dit als volgt: Allereerst worden alle gunningscriteria (G1 Werkwijze, G2 Samenwerking en communicatie en G3 casus en presentatie) individueel schriftelijk beoordeeld, alvorens de presentatie. Vervolgens vindt er een plenaire beoordelingssessie plaats waarin consensus wordt bereikt over de definitieve score van Gunningscriteria 1 en 2 en wordt er plenair een voorlopige score toegekend aan Gunningscriterium 3. Na afloop van de presentaties vindt er nogmaals een plenaire beoordelingssessie plaats waarin consensus wordt bereikt over de definitieve score voor Gunningscriterium 3. Deze definitieve score kan maximaal een scoreniveau afwijken van de voorlopige score. Dit betekent dat de voorlopige score 'goed' een 'voldoende' of een 'uitstekend' kan worden of de score 'goed' kan blijven.</p> <p>Voor wat betreft Perceel 2 is dit als volgt: Alle gunningscriteria (G1 Werkwijze, G2 Samenwerking en communicatie en G3 casus Mediaplan ' LEES-app') individueel schriftelijk beoordeeld. Vervolgens vindt er een plenaire beoordelingssessie plaats waarin consensus wordt bereikt over de definitieve score van Gunningscriteria 1, 2 en 3.</p> <p>Zie tevens het antwoord op vraag 76.</p>
78	Perceel 1.	Worden alle Kerncompetenties en Gunningscriteria door hetzelfde beoordelingsteam beoordeeld?	Ja, alle Kerncompetenties en Gunningscriteria worden door hetzelfde beoordelingsteam beoordeeld.

79	Perceel 1.	<p>U schrijft, op pagina 32: Daarbij kunnen bijvoorbeeld de volgende vragen aan de orde komen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geeft de Inschrijver een duidelijk inzicht in de afwegingen?</li> <li>• Zit er een duidelijke logica/gedachte achter de gemaakte keuzes?</li> <li>• Toont de Inschrijver zich bewust van eventuele nadelen van de keuzes en licht hij toe waarom de voordelen van de keuzes opwegen tegen die nadelen?</li> </ul> <p>Het woord 'kunnen' in deze formulering leidt tot verwarring. Zijn dit vragen die onderdeel zijn van de beoordeling - of zijn ze dat niet?</p>	<p>Het beoordelingskader per gunningscriterium is het uitgangspunt. Echter, zoals beschreven in paragraaf 6.5 van het Beschrijvend Document, houdt het beoordelingsteam bij de beoordeling op de Gunningscriteria ook rekening met de wijze waarop de Inschrijver de door hem gemaakte keuzes heeft onderbouwd. De vragen die u opsomt zijn voorbeeldvragen waaraan gedacht kan worden voor de onderbouwing van de aanbidding.</p>
80	Perceel 1. en Perceel 2.	<p>Kan de gezamenlijke score uit een gemiddelde score bestaan of gelden alleen de genoemde percentages bij paragraaf 6.3?</p>	<p>De consensus-score is geen gemiddelde score, maar een score uit de tabel van paragraaf 6.4 van het Beschrijvend Document. Bijvoorbeeld de score 'Goed'.</p>
81	Perceel 1. en Perceel 2.	<p>De omschrijving van de beoordelingscores geven geen inzicht in de wensen van de Koninklijke Bibliotheek. Wij verzoeken u om een duidelijkere omschrijving te geven, zodat inschrijvers een betere inschrijving kunnen doen die past bij uw wensen en doelstellingen. Kunt u instemmen met dit verzoek?</p>	<p>De KB stemt niet in met uw verzoek. Er is een beoordelingskader per gunningscriterium opgesteld welke is gekoppeld aan de beoordelingscores (tabel h) uit paragraaf 6.4 van het Herzien Beschrijvend Document.</p>
82	Perceel 1. en Perceel 2.	<p>Kunt u aangeven wanneer u het rapportcijfer 10 geeft in plaats van het rapportcijfer 8?</p>	<p>Indien inschrijver alle gevraagde punten, met in achtneming van het beoordelingskader, zodanig hebben uitgewerkt dat de score 'uitstekend' van toepassing is op het totaalbeeld en er geen mindere punten dan wel onduidelijkheden dan wel opmerkingen zijn over de uitwerking.</p> <p>In geval van de score 'goed' zijn alle gevraagde punten, met in achtneming van het beoordelingskader uitgewerkt, maar zijn er mindere punten en/of onduidelijkheden en/of opmerkingen over de uitwerking.</p>

83	Perceel 1. en Perceel 2.	Dient een inschrijver minimaal een 'voldoende' te halen voor alle onderdelen of is dit de ondergrens voor een gemiddelde score van een inschrijver?	Voor alle kwalitatieve Gunningscriteria is de score 'voldoende' het minste wat de KB verwacht. Daarom geldt voor elk gunningscriterium de minimumscore van een 'voldoende'. Indien voor de Gunningscriteria niet minimaal de score 'voldoende' wordt behaald, is de Inschrijving ongeldig en wordt deze terzijde gelegd. Dit gaat niet om een gemiddelde score, maar om een score per gunningscriterium.
84	Perceel 1.	fijn dat inschrijvers mogen presenteren. Zijn hier nog randvoorwaarden voor? Denk aan wel/geen extra stukken bovenop inzending voor meer duiding?	In gunningscriterium 3, pagina 38 van het Beschrijvend Document, staat nadere toelichting beschreven over de presentatie. Het is voor de KB niet helder wat u bedoelt met uw vraag. Kunt u uw vraag verhelderen en opnieuw indienen?
85	Perceel 1.	kunt u ons de huidige huisstijlrichtlijnen sturen van de KB/Delpher?	De KB zal ten behoeve van de uitwerking van de casus 'merkbekendheid Delpher de huisstijl met de geïnteresseerde partijen delen. Deze is nu vindbaar in TenderNed onder Bijlage (Y) Huisstijlgids Delpher
86	Perceel 1. en Perceel 2.	Wanneer is de campagne voor jul lie een succes?	Een campagne is succesvol als de KPI's behaald zijn, zoals gesteld in de nadere offerte uitvraag en (indien relevant) als daarmee de stakeholders (bijvoorbeeld de subsidieverstrekters en bibliotheken) tevreden zijn.
87	Perceel 1.	Gunningscriterium 1 & 2: Mogen wij een extra A4 gebruiken om de werkwijze beeldend te maken?	De KB wijzigt het aantal pagina's van twee pagina's naar drie pagina's voor <i>Gunningscriterium 1. Werkwijze</i> . De KB wijzigt het aantal pagina's van twee pagina's naar drie pagina's voor <i>Gunningscriterium 2. Samenwerking en communicatie</i> .  Dit is herzien in het Beschrijvend Document, zie paragraaf 6.6.
88	Perceel 1.	Waarom is er gekozen voor de doelgroep 25-40 jaar? Zijn er niet juist andere relevante doelgroepen, zoals scholieren/studenten/onderwijs en juist ouderen (50+)?	De KB heeft betreffende de casus merkbekendheid Delpher gekozen voor de doelgroep 25 - 40 jaar, omdat binnen deze doelgroep de merkbekendheid het laagst is.
89	Perceel 1.	Is er bekend wie op dit moment Delpher gebruikt en voor welke doeleinden? Is er informatie over website bezoekers en profielen?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 96.
90	Perceel 1.	Hoe komt het dat de bekendheid laag is tot op heden? Kunt u de 8% toelichten?	Delpher is voornamelijk bekend bij een niche (wetenschappelijk onderzoeker, docenten), maar minder bij het brede publiek.

91	Perceel 1.	Zijn er al eerdere campagnes voor Delpher geweest? Zo ja, wat waren de resultaten?	Er zijn eerdere campagnes voor Delpher geweest, in juni en juli 2023 is een campagne gedaan voor de awareness van Delpher door middel van een onlinecampagne. In deze campagne is de 'het vergroten van het bereik' als doelstelling behaald.
92	Perceel 1. Marketing- en campagne strategie	Welk budget zou u beschikbaar stellen voor deze casus als het een echter opdracht zou zijn? Kunt u een budget voor de campagneontwikkeling opgeven en een budget voor inzet van media?	De KB hanteert een totaalbudget (ontwikkeling en media) van €50.000 (exclusief btw).
93	Perceel 1.	voor de casus Delpher vraagt u max 4 A4 incl visuele uitwerking. Dat lijkt weinig aangezien inschrijver naast de uitwerking van het campagne-idee ook antwoord moet geven op de 6 vragen op p 37. Bent u bereid om het aantal van 4 pagina's te vergoten?	De KB zal het aantal pagina's ten behoeve van de Gunningscriterium 3 van perceel 1 niet verhogen. De KB is van mening dat vier pagina's passend is.
94	Perceel 1.	bij de KPI's staat een steiging websitebezoek van 2%. Wat zijn de huidige bezoekersaantallen/maand?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 96.
95	Perceel 1.	De doelstellingen gerelateerd aan de doelgroep zijn onduidelijk voor ons. Kunt u meer inzicht geven in beide gerelateerd aan de casus?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 96.

96	Perceel 1.	<p>Wat is de huidige visie, missie en positionering van Delpher?</p> <p>Delpher bestaat 10 jaar. Hoe is de ontwikkeling van de (top-of-mind, spontane en totale) merkbekendheid, merkimago, merkoverweging en merkvoorkeur in die 10 jaar (bij de opgegeven doelgroep)?</p> <p>Wat is de ontwikkeling van het sitebezoek in die 10 jaar?</p> <p>Wat is het huidige profiel van de Delpher websitebezoekers?</p> <p>Wat was de reden om een apart merk te maken voor deze dienst van KB?</p> <p>Zijn er onderzoeken gedaan naar Delpher die gedeeld kunnen worden om een beter beeld te kunnen krijgen van waar Delpher nu staat</p> <p>U vraagt om “4. Een globaal plan voor het uitvoeren van de campagne (inclusief meten en rapportage)”, maar dit is niet het perceel mediastrategie. Hoe verhoudt dit zich tot elkaar?</p>	<p>Inschrijvers vragen om meer inzicht in cijfers van Delpher. KB stelt de volgende gegevens beschikbaar voor de casus van perceel 1. Andere vragen die gesteld zijn, zijn onzes inziens niet relevant voor het kunnen uitwerken van de casus dus worden niet beschikbaar gesteld. Voor de goede orde: het gaat hier om een fictieve casus. De KB wil graag inzicht in de expertise van de inschrijver.</p> <p>Huidige doelgroep Delpher &amp; informatie over website bezoek De huidige gebruikersgroep van Delpher is divers; de website wordt zowel voor professionele doeleinden als voor hobby en - in mindere mate - studie gebruikt. Onder de professionele gebruikers zien we vooral (geestes)wetenschappers, journalisten en docenten. Hobbyonderzoekers gebruiken Delpher vaak om hun familiegeschiedenis uit te pluizen, meer te weten te komen over hun leefomgeving of hun historische kennis te vergroten. Een aanzienlijk deel van de gebruikersgroep bestaat uit hoger opgeleide mannen van 60 jaar of ouder.</p> <p>Het gebruik van Delpher is toegenomen, van ongeveer 100.000 maandelijks bezoekers in 2015 tot zo'n 250.000 nu.</p> <p>Missie Delpher Onderzoek in gedigitaliseerde Nederlandse boeken, kranten, tijdschriften stimuleren en faciliteren voor elke (potentiële) Nederlander die onderzoek doet of zou willen doen. Zo dragen we bij aan een slimmer, creatiever en vaardiger Nederland.</p> <p>Visie KB We maken voor iedereen in Nederland onderzoeken, lezen, ontdekken en een leven lang leren mogelijk. Thuis en in de bibliotheek, online en offline. Onze basis ligt in onze collecties. Ze zijn onderdeel van kennis en verhalen die in en over</p>
----	------------	---	--

Nederland zijn vastgelegd en groeien dagelijks. Zo verrijken we de samenleving met de kracht van woorden. KB, nationale bibliotheek. Gebouwd met woorden. Gevormd door mensen

Wat was de reden om een apart merk te maken voor deze dienst van KB?

Omdat Delpher is ontstaan uit een samenwerkingsverband tussen de KB, nationale bibliotheek en verschillende andere wetenschappelijke instellingen, bibliotheken en erfgoedinstellingen.

97	Perceel 1.	Is er een richtinggevend budget voor gunningscriterium 3 van perceel 1?	De KB hanteert een totaalbudget (ontwikkeling en media) van €50.000 (exclusief btw)
98	Perceel 1.	Kan de aanbestedende dienst aangeven wat de huidige traffic is van de website is? Dit in relatie tot de doelstellingen en KPI's voor de uitwerking van de casus van perceel 1.	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 96.
99	Perceel 1.	Voor ons is de doelgroep wat onduidelijk. Kan deze beter worden gedefinieerd? Want wordt er met randstedelijk alle universiteitssteden in de randstad bijvoorbeeld?	Met 'randstedelijke millennials' bedoelt de KB millennials die in de grotere steden wonen, voornamelijk in de randstad, en zij zijn geïnteresseerd in maatschappelijke onderwerpen.
100	Perceel 1.	vraag 1: Kunnen we inzicht krijgen in de resultaten van de eerdere online campagnes voor delpher (zie test onder kopje KB pg 9)? vraag 2: Kunnen we inzicht krijgen over wat de meest bezochte pagina's zijn van websitebezoekers? en op welke pagina zij het langst aanwezig zijn? vraag 3: Jullie schrijven in de doelstelling op pagina 37 ' hoe je Delpher kunt gebruiken in onderzoek'. Kunnen jullie definiëren wat voor jullie valt onder onderzoek? vraag 4: Jullie schrijven bij het kopje KPI's op pagina 37 ' Stijging twee % traffic naar Delpher.nl'. Is dat tijdens de campagne periode of is dat een blijvende stijging? vraag 5: Hebben jullie een richtbudget waar we rekening mee kunnen houden? Voor creatie en media inkoop?	Vraag 1: Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 91. vraag 2: De gegevens waar u naar vraagt acht de KB niet relevant voor het komen tot een kwalitatief goede inschrijving, zie ook de beantwoording op vraag 96. vraag 3: Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 96. vraag 4: Deze KPI doelt op een stijging in traffic gedurende de campagne periode. Vraag 5: Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 97.
101	Perceel 1.	In uw gevraagde casus met betrekking tot Delpher ontbreekt een budget-indicatie. Dat maakt significant uit voor het ambitie-niveau en de uitwerking van de casus. Bent u bereid die alsnog met inschrijvers te delen?	De KB hanteert een totaalbudget (ontwikkeling en media) van €50.000 (exclusief btw)
102	Perceel 1.	Pagina 34: U schrijft "Naarmate het voorgestelde beter bijdraagt aan hetgeen wordt gevraagd, wordt dit hoger gewaardeerd." Hoger dan wat bedoelt u hier? Hoger dan het maximaal aantal punten, te weten 20?	Uw aanname is incorrect. De maximum score van het betreffende gunningscriterium kan niet gepasseerd worden. Met de tekst "Naarmate het voorgestelde beter bijdraagt aan hetgeen wordt gevraagd, wordt dit hoger gewaardeerd." doelt de KB op een hogere score, zoals 'voldoende' of 'goed' conform de beoordelingsscores uit tabel h van het herzien Beschrijvend Document.

103	Perceel 1.	'Inschrijver dient uiterlijk 48 uur voor de presentatie haar presentatie te delen met de KB via de berichtenmodule van TenderNed.' Wat is wat u betreft de noodzaak van het vooraf delen van de presentaties? Worden ze vooraf ook al beoordeeld, door uw beoordelingsteam?	Het belang dat de KB heeft bij het vooraf ontvangen van de presentatie is, dat de KB op deze wijze zorgdraagt voor een soepele transitie tussen de verschillende presenterende inschrijvers. De presentaties worden niet vooraf op zichzelf stand beoordeeld.
104	Perceel 1.	Uw planning met betrekking tot de lengte van presentaties achten wij onwenselijk. Tien minuten is zowel voor een goede toelichting als een effectieve vraag- en antwoordronde veel te kort - en doet ook geen recht aan de inspanningen die u vraagt van deelnemende bureaus. Bent u bereid om de duur van de sessies op te rekken naar ten minste 45 minuten (5 minuten kennismaking, 20 minuten presentatie en 20 minuten vragen en antwoorden)?	De KB kan niet akkoord gaan met uw voorstel om de presentatie te verlengen naar in totaal 45 minuten. De KB heeft weloverwogen de beslissing genomen om een duur van 25 minuten te hanteren in overweging nemende dat de presentatie enkel over Gunningscriterium 3. Casus 'De merkbekendheid van Delpher' van perceel 1 gaat. De overige gunningscriteria van Perceel 1 dienen niet te worden gepresenteerd.
105	Perceel 1.	Kunt u aangeven hoeveel inschrijvers u wilt laten presenteren? Waarom kiest u er - bijvoorbeeld - niet voor om de top-5 van inschrijvers te laten presenteren?	In het kader van gelijkheid en transparantie worden alle Inschrijvers uitgenodigd voor de presentatie. Zie paragraaf 6.6, pagina 38 expliciet, van het Beschrijvend Document.
106	Perceel 1.	Moeten alle Gunningscriteria terugkomen in de presentatie? Of alleen de Casus met betrekking tot Delpher (G3)?	De presentatie is enkel onderdeel van <i>Gunningscriterium G3. Casus 'De merkbekendheid van Delpher'</i> van Perceel 1. Dit is het enige onderdeel dat terug dient te komen in de presentatie.
107	Perceel 2.	Met betrekking tot het meten van de effectiviteit van de mediastrategie; is er de wens om een effectmeting mee te nemen gezien het aandeel offline media?	Het is voor de KB niet helder wat u bedoelt met uw vraag. Kunt u uw vraag verhelderen en opnieuw indienen?
108	Perceel 2.	Voor perceel 2, gunningscriterium 1 staat u het toe om twee A4-pagina's in te dienen. Gezien de vragen die u gesteld heeft, verzoeken wij u het aantal pagina's te verdubbelen. Kunt u instemmen om vier A4-pagina's toe te staan voor perceel 2, gunningscriterium 1?	De KB heeft het aantal toegestane pagina's voor Perceel 2, <i>Gunningscriterium 1 Werkwijze</i> verhoogt naar drie pagina's. Dit is herzien in het Beschrijvend Document, zie paragraaf 6.6.
109	Perceel 2.	Kunt u het beoordelingskader van perceel 2, G1 vertalen naar een beoordelingstabel, zoals in tabel H?	Nee. Er is een beoordelingskader per gunningscriterium opgesteld welke wordt gekoppeld aan de beoordelingsscores (tabel h) uit paragraaf 6.4 van het beschrijvend document.

110	Perceel 2.	Kunt u het beoordelingskader van perceel 2, G2 vertalen naar een beoordelingstabel, zoals in tabel H?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 109.
111	Perceel 2.	Kunt u het beoordelingskader van perceel 2, G3 vertalen naar een beoordelingstabel, zoals in tabel H?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 109.
112	Perceel 2.	Kunt u bevestigen dat het budget van de casus bestaat uit zowel media-inkoopkosten als bureaunkosten?	Dit bevestigt de KB, het budget voor de casus bestaat zowel uit mediakosten als bureau kosten.
113	Perceel 2.	Voor perceel 2, prijs: Kunt u inzicht geven in hoe vaak een kleine, middel, middelgrote, grote campagne voorkomt (bijvoorbeeld op basis van voorgaande jaren)?	De KB kan geen verwachting geven over aantallen van de verschillende campagne groottes anders dan de wegingsfactor die is meegegeven in het prijzenblad.
114	Perceel 2.	Voor perceel 2, prijs: Kunt u voorbeelden geven van vragen die gesteld worden zonder dat ze leiden tot een mediacampagne?	Dit gaat bijvoorbeeld om adviesvragen zoals: - We hebben een opportunity voor bijvoorbeeld digital outdoor: is dit inderdaad een goede deal? Hier kan vervolgens een media-inkoop opdracht uit voort komen, maar hoeft niet of - In het kader van partnerships wordt de KB benaderd door partij X en wil de KB graag advies op dit partnershipvoorstel.
115	Perceel 2.	Voor perceel 2, prijs: Hoe kan er sprake zijn van een abnormaal laag tarief, als u zelf de bandbreedte heeft bepaald?	Uw constatering is juist, de opgestelde bandbreedte bevat geen abnormaal lage tarieven.
116	Perceel 2.	Voor perceel 2, prijs: Waarom kiest u niet voor een lineaire formule, aangezien een methode met onder- en bovengrens hier goed bij past en gemakkelijk uitlegbaar is?	De KB hanteert een lineaire formule die aansluit op het gevraagde. Voor Perceel 2 bestaat deze uit twee componenten die losstaand van elkaar een maximaantal punten omvatten. Zie tevens Herzien Bijlage I Prijzenblad tabblad 'Perceel 2 marketing-campagne st.
117	Perceel 2.	Hoe definieert de KB de netto mediabegroting? Wordt de netto mediabegroting per campagne bepaald? Zo ja, hoe definieert de KB een campagne?	Het out of pocket-bedrag (OOP) dat aan media inzet wordt besteed vormt het onderhandelde totale mediabudget plus apart vermelde fee (deze fee is inclusief uren en eventuele tech- of tooling kosten). Dit wordt per campagne bepaald: Een campagne is een afgeronde media-inzet gekoppeld aan een activiteit, periode, doelgroep en doelstelling.

118	Perceel 2.	Dienen we in de uitwerking van de casus nog rekening te houden met een bepaalde looptijd?	Inschrijver dient uit te gaan van een looptijd van zes weken.
119	Perceel 2.	In de context van de casus staan nu twee doelstellingen die veel van elkaar verschillen (bekendheid vergroten, maar ook sturen op conversie/downloads). Welke doelstelling heeft de meeste prioriteit (verhoudingsgewijs)?	De bekendheid verhogen is de eerste stap, dus is verhoudingsgewijs het belangrijkste.
120	Perceel 2.	Wat is de campagneperiode van deze casus?	Inschrijver dient uit te gaan van een looptijd van zes weken.
121	Perceel 2.	Is het budget (EUR 100.000) excl. BTW?	Uw aanname is correct, het budget is €100.000,- (exclusief btw) voor <i>Gunningscriterium 3: Casus Mediaplan 'LEES-app'</i> budget.
122	Perceel 2.	Eerste doelstelling is: Verhogen bekendheid van de leesapp. Is er onderzoek gedaan naar de huidige bekendheid? Zo ja kunt u deze informatie delen?	Bij deze (fictieve) casus kan er uit gegaan worden van een bekendheid van 0. De LEES-app is recentelijk gelanceerd en er is dus nog geen onderzoek gedaan naar de huidige bekendheid.
123	Perceel 2.	Het maximaal aantal pagina's voor het uitwerken van de gevraagde informatie is gesteld op 1 A4. Staat u toe dit te verruimen naar drie pagina's A4 zodat er meer ruimte is voor onderbouwing?	De KB wijzigt het aantal pagina's van één pagina naar maximaal twee pagina's A4-formaat voor <i>Gunningscriterium 3. Casus Mediaplan 'LEES-app'</i> . Dit is herzien in het Beschrijvend Document, zie paragraaf 6.7.
124	Perceel 2.	Verwacht de KB voor het invullen van de mediafee dat inschrijvers on- en offline media met elkaar middelen? Kan de KB meer inzicht geven in de verhouding van on- en offline media?	Het inzicht in de huidige verhouding is niet beschikbaar. De verhouding tussen online en offline zal per campagne en per doelgroep worden bepaald.
125	Perceel 2.	Een fee gebaseerd op media zou de keuze voor mediumtypes kunnen beperken, is hier bewust voor gekozen? Is het mogelijk om uitsluitend een uurtarief af te spreken?	De KB heeft bewust gekozen om het prijzenblad te baseren op mediafee en niet ook gebruik te maken van uurtarieven, zodat er een goed vergelijk kan worden gemaakt in de aangeboden prijzen. Het is <u>niet</u> mogelijk om uitsluitend een uurtarief in te dienen.
126	Perceel 2.	Is er een reden waarom er geen link is naar de 'lees' app op de website onlinebibliotheek.nl? zo ja, welke reden?	De LEES-app is enkel een applicatie en geen website.
127	Perceel 2.	Hebben jullie al inzicht in het gebruikersprofiel van de 'lees' app ? Zo ja, kunnen jullie deze met ons delen?	Nee, de KB acht deze informatie niet relevant voor het maken van een uitwerking. Zie tevens de beantwoording op vraag 122.

128	Perceel 2.	Hovaak is de 'lees' apps inmiddels gedownload?	De KB acht deze informatie niet relevant voor het maken van een uitwerking. Het gaat hier om een fictieve casus, waarin de LEES-app wordt gelanceerd.
129	Perceel 2.	Tweede doelstelling is: zichtbare stijging in downloads van de leesapp. - Kunt u aangeven wanneer de app gelanceerd is? - Hoeveel downloads van de app er tot heden toe gerealiseerd zijn? - Is er een kwantitatieve doelstelling voor het aantal appdownloads bepaald? - Is er een doel CPA gesteld?	De KB acht deze informatie niet relevant voor het maken van een uitwerking. Het gaat hier om een fictieve casus, waarin de LEES-app wordt gelanceerd.
130	Perceel 2.	Dient er rekening gehouden te worden met beschikbare creatie of is deze casus middelenvrij?	De casus is middelenvrij. Er hoeft geen rekening te worden gehouden met beschikbare creatie.
131	Perceel 2.	Kunnen jullie demografische gegevens toevoegen aan de doelgroep? Leeftijd, Geslacht etc.	Nee, Het gaat hier om een fictieve casus waarin enkel de doelgroep vmbo-leerlingen en mbo-studenten bekend is.
132	Perceel 2.	Is het mogelijk om de verhoging van de naamsbekendheid te kwantificeren?	Het uitgangspunt voor deze fictieve is een naamsbekendheid van 0. Ons streefbereik is 10%.
133	Perceel 2.	Is het mogelijk om de stijging in aantal downloads te kwantificeren?	Nee, de KB vraagt in de uitwerking naar een inschatting van de resultaten, haalbaarheid, kansen en bedreigingen.
134	Perceel 2.	Tot op welk niveau moet de visie worden uitgewerkt? Hoog-over advies en globale budgetverdeling of gedetailleerd mediaplan inclusief timing, bereikprognoses, impressies etc.	De KB verwacht dat de visie op de volgende manier wordt uitgewerkt: een gedetailleerd mediaplan inclusief timing, prognoses, impressies (in lijn met de resultaten die in de evaluaties worden overlegd). Tezamen met een management samenvatting die een hoog-over c.q. samenvattende terugkoppeling geeft.
135	Perceel 2.	Welke doelstelling is belangrijker? Bekendheid verhogen of het aantal downloads van de leesapp?	De bekendheid verhogen is de eerste stap en vormt daarmee de belangrijkste doelstelling.

136	Perceel 2.	Heeft KB onderzoek gedaan naar de verwachte gebruik van de LEESAPP? Welke doelstellingen zijn voor de lancering van de Leesapp geformuleerd?	Nee, de KB heeft geen onderzoek gedaan naar het verwacht gebruik. Het gaat hier om een fictieve casus, waarin de LEES-app wordt gelanceerd.
137	Perceel 2.	Met wat voor bureaus werkt de KB momenteel samen? Verwacht de KB tijdens de looptijd van deze opdracht met dezelfde samenstelling van dienstverleners te blijven werken?	Het is voor de KB niet helder wat u bedoelt met uw vraag. Kunt u uw vraag verhelderen en opnieuw indienen?
138	Perceel 2.	Wat is de huidige visie, missie en positionering van de LEES-app?  Hoe is de huidige bekendheid van de app onder vmbo-leerlingen en mbo-studenten?  Wat is het huidige sentiment over de app onder vmbo-leerlingen en mbo-studenten?  Hoe vaak is de app op dit moment gedownload, binnen welk tijdsbestek gebeurde dit, en hoeveel mediabudget is daarvoor gebruikt?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 129.
139	Perceel 2.	In de briefing staat dat 10% van de ca. 700.000 vmbo/mbo leerlingen tot de doelgroep behoren. Of bedoelt KB dat 10% geactiveerd moeten worden om de app te gebruiken?	De KB bedoelt dat 10% van de doelgroep geactiveerd dient te worden om de app te gebruiken.
140	Perceel 2.	Voor perceel 2, gunningscriterium 3 staat u het toe om één A4-pagina in te dienen. Gezien de vragen die u gesteld heeft, verzoeken wij u het aantal pagina's te verhogen. Kunt u instemmen om drie A4-pagina's toe te staan voor perceel 2, gunningscriterium 3?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 123.
141	Perceel 2.	N.a.v. eis 7.3: Kunt u bevestigen dat de informatieplicht analoog naar de overige bepalingen van eis nummer 7 van toepassing is, oftewel: dat hier eenmaal per jaar een controle op plaatsvindt?	Het is voor de KB niet helder wat u bedoelt met uw vraag. Kunt u uw vraag verhelderen en opnieuw indienen?

142	Perceel 1. en Perceel 2.	"15.2 Door ondertekening van de Overeenkomst worden de in artikel 15.1 bedoelde rechten aan de KB overgedragen"  We zijn eens met eigendomsoverdracht. Echter zijn wij van mening dat dit moet geschieden onder opschortende voorwaarde van nakoming van de betalingsverplichtingen. Hoe kijkt u hier tegenaan?	Uw voorstel is akkoord. Op het moment dat de overdracht plaatsvindt is de KB immers akkoord met het opgeleverde resultaat.
143	Perceel 2.	Ten aanzien van artikel 2.1: Kunt u aangeven wat de standaard gestanddoeningstermijn is van een aanbieding?	Zoals beschreven in <i>Bijlage E Voorschriften en voorwaarden punt 9</i> dient de inschrijver haar inschrijving minimaal drie maanden (90 dagen) gestand te doen. Indien een kort geding wordt aangespannen tegen de Gunningsbeslissing bedraagt de gestanddoeningstermijn minimaal zes weken na de onherroepelijke uitspraak in kort geding.
144	Perceel 2.	Ten aanzien van artikel 16.4: Kunt u bevestigen dat het boetebedrag een maximumbedrag betreft, wat wordt gematigd op grond van redelijkheid en billijkheid afhankelijk van de aard van de overtreding?	In de regel geldt dat in geval van een overtreding van het bepaalde in dit artikel door Leverancier zijn medewerkers en/of door hem ingeschakelde derden verbeurt Leverancier een onmiddellijk opeisbare, niet voor compensatie vatbare boete van € 50.000, - per gebeurtenis. Echter is dit afhankelijk van de aard van de overtreding en wordt dit situationeel bekeken.
145	Perceel 1. en Perceel 2.	"20.2 De partij die tekortschiet in de nakoming van zijn verplichting(en) is verplicht de schade die de andere partij daardoor lijdt te vergoeden, tenzij de tekortkoming hem niet kan worden toegerekend. De in dit artikel bedoelde aansprakelijkheid is als volgt beperkt: ... "  In de marketingcommunicatiebranche is het gebruikelijk om de hoogte te beperken tot een factor 1-2 van de opdrachtwaarde. Kan dit aangepast worden>	De KB gaat akkoord met deze aanpassing.
146	Perceel 1.	Cel D10 kleurt niet groen als een geldig bedrag ingevoerd wordt. Dit schept verwarring. Kunt u dit aanpassen?	Uw constatering klopt. Dit is gewijzigd, zie herzien bijlage I. Prijzenblad.

147	Perceel 1. en Perceel 2.	Zal Opdrachtnemer persoonsgegevens verwerken in naam van de KB?	Nee, Opdrachtnemer zal geen persoonsgegevens verwerken.
148	Perceel 1.	Als Eis 3.4 van uw Programma van Eisen schrijft u: 'Informatie, documentatie en creaties van de KB of die in opdracht zijn gemaakt van de KB zijn eigendom van de KB. Het volledig intellectueel eigendom berust bij de KB.' Wij kunnen ons voorstellen dat dit geldt voor concepten en documenten die wij zelf aan jullie opleveren. Bij inkoop bij derde partijen ligt dit lastiger en kunnen we de reikwijdte van deze bepaling niet goed overzien. Bij bijvoorbeeld de afkoop van video- en fotografie maak je afspraken met geportretteerde(n) en maker(s) over de afkoop van portret- en auteursrecht. Aan die afspraken zit vaak een eindtijd, óf je betaalt veel extra om voor de eeuwigheid af te kopen. Het is voor u onnodig kostbaar om rechten af te kopen langer dan je materiaal gebruikt. Wij zouden dan ook graag de bepaling aanpassen naar: 'Alle door Opdrachtnemer aan de KB opgeleverde informatie, documentatie en creaties zijn intellectueel eigendom van de KB. Het volledig intellectueel eigendom berust bij de KB'.	De KB gaat hiermee akkoord. Zie de wijziging in het herzien Bijlage A. Programma van Eisen.
149	Perceel 1. en Perceel 2.	"16.3 Op verzoek van de KB zal Leverancier de bij de uitvoering van de Overeenkomst betrokkenen een geheimhoudingsverklaring laten ondertekenen, welke verklaring Leverancier zal administreren."  Naar ons idee is dit overbodig. We regelen geheimhouding al in onze arbeidsovereenkomsten. Is dat niet voldoende?	Uitgangspunt is dat de Leverancier jegens de KB verplicht tot geheimhouding van de Vertrouwelijke Informatie. Leverancier staat ervoor in dat zijn Personeel en/of door hem ingeschakelde derden op de hoogte zijn van bovenstaande verplichtingen en zal hen eenzelfde geheimhoudingsverplichting opleggen. Als dit is gewaarborgd in de arbeidsovereenkomst is een separate geheimhouding per persoon niet nodig, maar geldt de overkoepelende geheimhoudingsverklaring met de Leverancier (niet persoonsgebonden).
150		Wat is er bekend over de huidige merkbekendheid van Delpher? Kunt u resultaten delen?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 96 en 100.
151		Wat is het (fictieve) mediabudget dat bij deze merkbekendheid casus zou horen? Welk percentage van het mediabudget zou hier aan besteed worden?	Zie voor het antwoord op deze vraag de beantwoording op vraag 92.

Let op! De KB stelt de volgende documentatie beschikbaar:

- Herzien Beschrijvend Document;
- Herzien Bijlage A. Programma van Eisen;
- Herzien Bijlage B. Concept Raamovereenkomst Marketing;
- Herzien Bijlage I. Prijzenblad;
- Bijlage X. Crediteurenformulier;
- Bijlage Y. Stijlgids Delpher.