

Marktverkenning mediadienstverlening

Marktverkenning mediadienstverlening

Juni 2024

Colofon

Van:	Leveranciersmanagement Hanzehogeschool Groningen
Auteur:	Erwin Zwarts
Versie:	1.0
Datum:	17 juni 2024
Naam:	Marktverkenning mediadienstverlening
Status:	Definitief

Inhoudsopgave

1.	Over de Hanze	5
1.1.	De Hanze, University of Applied Sciences	5
2.	Werkwijze	6
2.1.	Procedure.....	6
2.2.	Vertrouwelijkheid van informatie	6
2.3.	Kostenvergoeding	6
3.	Mediadienstverlening bij de Hanze.....	7
4.	Vragen	10
4.1.	De ervaring van de beoogd strategisch partner, broker en leverancier	10
4.2.	Expertise en flexibiliteit.....	10

Bijlagen (separaat bijgevoegd)

1. Organogram Hanze (ter informatie)
2. Corporate story Hanze (ter informatie)
3. Tabel tbv beantwoording vragen (optioneel)

Inleiding

Doel van deze marktverkenning is om een beeld te krijgen van leveranciers die in de rol van strategisch partner invulling kunnen geven aan een complexe en kennisintensieve opdracht met betrekking tot mediadienstverlening binnen de Hanze.

De informatie verkregen uit deze marktverkenning wordt door de Hanze gebruikt om zich te beraden op het vervolg en de verdere voorbereiding van een mogelijke aanbestedingsprocedure.

De Hanze stelt de beantwoording van de in Hoofdstuk 4 benoemde vragen op prijs.

1. Over de Hanze

Wij zijn de Hanze. Al 225 jaar onlosmakelijk verbonden met Noord-Nederland. In deze ruim twee eeuwen hebben we ons ontwikkeld van een traditionele ‘onderwijsinstelling’ naar een kennisinstelling waar studenten, onderzoekers, docenten en de beroepspraktijk in inspirerende *leergemeenschappen* van en met elkaar leren.

1.1. De Hanze, University of Applied Sciences

De Hanze is de oudste multisectorale hogeschool van Nederland. Met vestigingen in Groningen, Assen, Leeuwarden en Amsterdam telt de hogeschool in totaal ruim 31 duizend studenten en 3.800 medewerkers. Het onderwijsaanbod omvat 53 bacheloropleidingen, 13 programma's voor associate degrees en 22 masteropleidingen. Van de opleidingen is een aantal Duits en Engelstalig. Het onderwijs is georganiseerd in 16 *schools*. Met vier multidisciplinaire kenniscentra en drie Centres of Expertise is de Hanze een kennisinstelling waar toegepast onderzoek, beroepspraktijk en innovatie geïntegreerd zijn in het onderwijs. Vanuit 54 lectoraten wordt toegepast onderzoek verricht in nauwe samenwerking met het bedrijfsleven en non-profit instellingen. De ondersteunende diensten van de hogeschool zijn ondergebracht in vijf stafbureaus en een facilitair bedrijf. Zij zorgen ervoor dat alle ondersteunende processen efficiënt en professioneel verlopen. Ter illustratie is het organogram van de Hanze als Bijlage 1 opgenomen. Tevens als bijlage 2 de corporate story van de Hanze.

2. Werkwijze

De Hanze is een kennisinstelling en wordt voornamelijk gefinancierd door het ministerie van OC&W en het collegegeld betaald door studenten. Door deze publieke financiering is de Hanze gebonden aan de bepalingen van de Aanbestedingswet 2012 in de uitvoering van haar aanbestedingen.

Dit betekent dat de Hanze moet borgen dat er bij de uitvoering van een mogelijke aanbesteding nog steeds sprake is van een gelijk speelveld tussen deelnemende partijen. Daarom is de marktverkenning gepubliceerd op de website www.tenderned.nl.

2.1. Procedure

De procedure die in deze marktverkenning gevolgd wordt, is als volgt:

- Via publicatie op www.tenderned.nl worden marktpartijen uitgenodigd om deel te nemen;
- De gehele procedure verloopt vervolgens via TenderNed en de daar gestelde voorschriften;
- U kunt voor de beantwoording gebruik maken van de MsWord-tabel (Bijlage 3), het staat u vrij om een ander format te kiezen voor de beantwoording;
- Graag ontvangt de Hanze de antwoorden (op hoofdlijnen) op de gestelde vragen uiterlijk op 8 juli 2024 retour door deze te uploaden;
- Mocht u vragen hebben over de documenten en/of marktverkenning dan kunt u deze per mail sturen naar inkoop@org.hanze.nl;
- Van de op basis van deze marktverkenning ontvangen terugkoppeling zal een (geanonimiseerd) verslag worden gemaakt door de Hanze.

Het opgestelde verslag wordt later bij een (mogelijke) aanbesteding gevoegd ter informatie en borging van het gelijke speelveld. Het verslag zal een beschrijving op hoofdlijnen van de verkregen inzichten bevatten. Aan dit verslag kunnen geen rechten ontleend worden.

2.2. Vertrouwelijkheid van informatie

Deelnemen aan de marktverkenning is geheel vrijwillig en zal niet leiden tot enige voorrechten of voor-/nadelen in de mogelijk hierop volgende aanbesteding. Door uw deelname aan deze marktverkenning stemt u er mee in dat de door u verstrekte informatie zonder enig voorbehoud door de Hanze mag worden gebruikt in (de voorbereiding van) een eventuele aanbesteding. De ontvangen informatie wordt niet 1-op-1 onverkort publiekelijk gedeeld. De door u gedeelde informatie zal vertrouwelijk behandeld worden om zo eventuele commercieel gevoelige informatie te beschermen.

2.3. Kostenvergoeding

De Hanze verstrekt aan de deelnemende leveranciers geen tegemoetkoming in gemaakte kosten.

3. Mediadienstverlening bij de Hanze

De doorlopende digitalisering is duidelijk zichtbaar in het landschap van de mediadienstverlening binnen onze hogeschool. Met betrekking tot **print en repro** bestond vijftien jaar geleden binnen de Hanze nog de behoefte aan een grote centrale reprovoorziening die duizenden hardcopy readers uitspuwde, tegenwoordig zijn readers bijna alleen nog online beschikbaar voor de student. Multifunctionals worden minder intensief gebruikt, het aantal multifunctionals is de afgelopen jaren afgenomen van 130 naar circa 50. Communicatie verloopt veelal online en de ontwikkelingen op dit gebied gaan snel, waarbij de Covid-periode heeft bijgedragen aan die versnelling.

De digitalisering vindt binnen twee deelgebieden plaats, de ene op het gebied van 'media maken' en de andere vindt plaats op het gebied van 'media en communicatie distribueren'. Beide deelgebieden zijn onlosmakelijk aan elkaar verbonden en hebben een sterke samenhang.

Ten aanzien van **drukwerk en vormgeving** wil de Hanze samenwerken met een partner met focus op de ontwikkeling en productie van professionele en eigentijdse ontwerpen, die de identiteit en de waarden van de Hanze weerspiegelen. De vormgeving en kwaliteit van het drukwerk draagt bij aan het versterken van de merkidentiteit en de bevordering van een positieve gebruikerservaring voor de stakeholders. Deze stakeholders zijn zeer divers, van scholier tot professional, van subsidieverstrekker tot decaan, werkgevers en bijvoorbeeld een potentiële student in China.

De Hanze wil verder professionaliseren in het werken met digitaal beeld- en contentmateriaal. Digital Asset Management (DAM) organiseert en beheert de digitale content en assets als logo's, designs, afbeeldingen, video's, flyers etc. Momenteel doorloopt de Hanze een pilot voor DAM. Als dit systeem geïmplementeerd is heeft dit consequenties voor het volume van de aanvraag naar dtp werk. Dit vraagt aanzienlijke flexibiliteit van de beoogd opdrachtnemer voor het mediadienstverleningslandschap. Een deel van de huidige vormgevingsopdrachten die nu nog uitgezet worden bij de huidige contractpartner worden in de toekomst door onze communicatie experts zelf geproduceerd. Denk aan posters, flyers en opleidingsbrochures. Randvoorwaarde hiervoor is een goed werkend DAM systeem. De toekomstige strategisch partner en leverancier werkt ook in en met dit systeem, zodat er een optimale integratie is. Voor de overige creatieve dtp- en vormgevingsopdrachten is de Hanze op zoek naar een partner die vanuit ervaring en expertise de Hanze ondersteunt/helpt bij de ontwikkeling en productie van uitingen. Welwillendheid om in house te werken, korte lijnen qua contact is een vereiste.

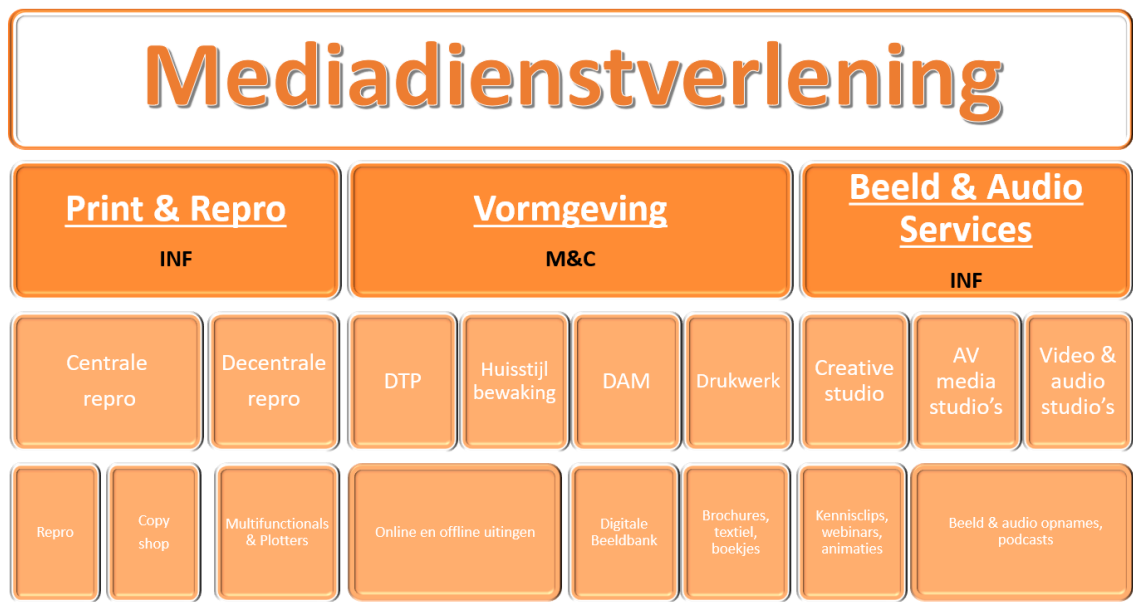
Voor wat betreft **beeld- en audioservices** is er de afgelopen jaren, versneld door de Covid-periode, een steeds grotere behoefte bij de Hanze ontstaan naar nieuwe diensten op het gebied van (online) beeld- en audioservices. Denk aan webinars, kennisclips, animaties, podcasts, et cetera. Dit hoofdelement bestaat op dit moment uit de volgende subelementen:

- AV mediastudio van de stafafdeling Informatisering met creatieve inbreng van de huidige contractpartner;
- Video en audiostudio's binnen de opleiding beeldende kunsten (Minerva en in de zogenoemde 'Makerspace'.

Het onderscheid tussen de Creative studio en de AV-Media studio's is dat de eerste zich vooral richt op de creatieve inbreng en ondersteuning voor onlineproducties en de tweede zich richt op vooral de technische

ondersteuning. Beide studio's bijten elkaar niet. Binnen het onderwijs zijn ook enkele studio's ontstaan. Voor de Creative studioruimte betaalt de huidige contractpartner maandelijks huur.

Het landschap mediadienstverlening heeft de Hanze onderverdeeld in een drietal domeinen (en bijbehorend intern eigenaarschap, INF= Stafafdeling Informatisering, M&C= Stafafdeling Marketing & Communicatie) met onderliggende subdomeinen.



Het is duidelijk dat behoeften en de organisatorische invulling ten aanzien van media maken en media en communicatie distribueren sterk zijn veranderd en ook in de toekomst zullen blijven veranderen waarbij de samenhang blijft bestaan. De Hanze wil één samenwerkingspartner vinden die zowel op tactisch als strategisch niveau kan adviseren over het maken van passende keuzes bij de invulling van het landschap van mediadienstverlening en tegelijkertijd ook zelf of, in de rol van broker, via derden kwalitatief goede producten en dienstverlening kan leveren.

Binnen de Hanze komen regelmatig vraagstukken rondom in- of outsourcen van (thans gecontracteerde) elementen van mediadienstverlening aan de orde. Een toekomstig partner zal hierover moeten kunnen adviseren vanuit ervaring/verschillende perspectieven en tevens in staat moeten zijn om de consequenties van het resultaat van in- en outsourcen voor zijn organisatie/dienstverlening te kunnen borgen.

De toekomstig partner mediadienstverlening is kundig in het samenwerken met andere (strategische) partners van de Hanze en streeft in gezamenlijkheid naar het beste resultaat. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking met het strategisch adviesbureau van de Hanze: dit bureau ontwikkelt nieuwe concepten en campagnes waarna de uitvoering wordt uitgezet bij de partner mediadienstverlening.

Omwille van de benodigde expertise, ervaring en gewenste flexibiliteit zal de Hanze in het verlengde van deze marktverkenning kiezen voor een aanbestedingsstrategie die mogelijkheden biedt en ruimte geeft om hier invulling aan te geven. De toekomstig partner mediadienstverlening (en leverancier) dient naast flexibiliteit aantoonbare ervaring te hebben in de genoemde domeinen en bewezen succesvol te zijn in het bieden van passende oplossingen.

Bovenstaande betekent samengevat dat de Hanze van de toekomstig strategisch partner en leverancier minimaal onderstaande dienstverlening verwachten (vraagscope).

- Bijdragen leveren aan het optimaliseren van het landschap mediadienstverlening (zie bovenstaande grafische weergave) en subdomeinen;

- Mogelijkheid en bereidheid om invulling te geven aan innovatie/innovatieve projecten binnen het landschap mediadienstverlening, hierin wil investeren en het bijbehorende risico accepteert en weet te beheersen;
- Het intensief samenwerken met de stafafdeling Marketing & Communicatie en de stafafdeling Informatisering om doelstellingen vanuit hun visie te realiseren;
- Invulling geven aan strategisch partnership met de Hanze en samenwerking met haar overige (strategische) partners;
- Het invullen van een rol als broker in relatie tot het landschap mediadienstverlening;
- Invulling geven aan de centrale reprovvoorziening (inclusief afhaalbalie) op locatie van de Hanze inclusief bemensing;
- In staat zijn om te adviseren over vraagstukken rondom in- en outsourcen van onderdelen van mediadienstverlening en flexibiliteit kent om (bij uitvoering) de eigen dienstverlening hierop aan te passen;
- Het kunnen leveren van nieuwe en onderhouden/vullen van bestaande multifunctionals en plotter;
- Het exploiteren van een creative studio.

4. Vragen

Hieronder staan de vragen die tijdens de voorbereiding op deze marktverkenning zijn opgesteld. Er zijn geen voorwaarden gesteld aan de wijze waarop uw reactie uitgewerkt dient te zijn. Wel hebben we het uitdrukkelijke verzoek om de reactie kort, bondig en “to the point” te houden.

Als Bijlage 3 zijn de vragen in een MsWord-tabel opgenomen met mogelijkheid om achter de vraag een antwoord te plaatsen. Het staat u vrij om een ander format te kiezen voor de beantwoording.

4.1. De ervaring van de beoogd strategisch partner, broker en leverancier

- 1) Bent u in staat om de in de in Hoofdstuk 3 opgenomen vraagscope onverkort aan te bieden? Zo ja, welke aantoonbare ervaring heeft u met het uitvoeren van een vergelijkbare opdracht met eenzelfde vraagscope bij een qua omvang en complexiteit vergelijkbare organisatie?

4.2. Expertise en flexibiliteit

- 2) Heeft u ervaring met de rol van strategisch partner en leverancier (zoals beschreven in de uiteenzetting van Hoofdstuk 3) in een sterk veranderende omgeving zoals de Hanze? Hoe succesvol bent u hierin en beschikt u over prestatie-informatie waaruit dat blijkt?
- 3) Heeft u ervaring met de invulling van de rol als broker binnen een soortgelijke opdracht? Kunt u hiervan voorbeelden geven en aangeven op welke wijze en in welke gevallen u de broker-rol voor u ziet en welke ervaringen u hiermee reeds heeft opgedaan?
- 4) Welke aantoonbare ervaring heeft u (als adviseur en leverancier) met het tussentijds in- en outsourcen van elementen van mediadienstverlening voor opdrachtgevers? Bijvoorbeeld het scenario waarbij een centrale reprovvoorziening voor een relatief korte periode (stel 2 jaren) moet worden ingericht op locatie van opdrachtgever en daarna bij u wordt geoutsourcet. Kunt u tevens aangeven hoe succesvol u hierin bent en in hoeverre u beschikt over prestatie-informatie waaruit dit blijkt?
- 5) Heeft u aantoonbare ervaring met innovatieve projecten binnen het landschap van mediadienstverlening waarbij er vanuit u als partner investering benodigd is en risico dient te worden genomen? Kunt u dit toelichten en aangeven waaruit het succes hiervan blijkt? Beschikt u over prestatie-informatie die dit succes onderbouwd?



**share your talent.
move the world.**

Contactgegevens

Hanzehogeschool Leveranciersmanagement
Inkoop@org.hanze.nl