

Nota van inlichtingen 1 – Partners campagne(s) Cruks en breder rondom risico's van gokken

22 juli 2024



Kansspelautoriteit

Bijgaand treft u de Nota van inlichtingen 1 inzake de aanbesteding 'Partners campagne(s) Cruks en breder rondom de risico's van gokken' van de Kansspelautoriteit. Bedankt voor de vragen tot zover. Wij zien uw eventuele (vervolg)vragen in het kader van de tweede en in principe laatste vragenronde graag tegemoet. Vragen kunnen nog gesteld worden tot 12 augustus, einde dag. Wij streven ernaar deze 16 augustus beantwoord te hebben. In de tussentijd zullen er in principe geen vragen beantwoord worden en kan ook een respons anderszins langer op zich laten wachten.

Met vriendelijke groet,
Tobias van der Hoeven

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
1.	Minicompetities	Hoeveel minicompetities zijn realistisch gezien voorzien (in een jaar)?	Dit is niet te voorspellen, maar realistisch beschouwd zal dit gemiddeld beperkt zijn tot 0-2 (per jaar). Primaire focus van de aanbesteding ligt bij het contracteren van de winnaar van de aanbesteding voor de Cruks-vervolgcampagne 2024 en verder. Uitgangspunt is dat de winnaar van de aanbesteding ook na 2024 deze campagne blijft doen. Er is in principe alleen sprake van minicompetities bij een substantiëlere wijziging van deze campagne, of bij nieuwe campagnes onder de verantwoordelijkheid van de Kansspelautoriteit. Of hiervan sprake zal zijn, is vooraf niet te zeggen zoals elders ook nader toegelicht. Zie voor meer duiding bij de context ook de ambtshalve Nota van inlichtingen 0, punt D.
2.	Rollen primaire bureau en bureau 2 en 3	De rol van het primaire bureau (campagne Cruks vervolg) en vervolgens bureau 2 en 3 is niet helemaal duidelijk. Kunt u dat nog nader toelichten?	--> Alle drie de partijen krijgen de raamovereenkomst, deze zijn op zichzelf identiek. --> De nummer 1 krijgt ook direct de nadere opdracht Cruks-vervolgcampagne 2024 en verder gegund, hierdoor ontstaat het verschil tussen de nummer 1 enerzijds en de nummers 2 en 3 anderzijds. --> De nummer 2 en 3 krijgen de gelegenheid om net als de nummer 1 mee te dingen bij toekomstige, andere nadere opdrachten bij een substantiëlere wijziging van de Cruks-vervolgcampagne of een andere, nieuwe campagne. Als hier sprake van is, dan beginnen alle drie de partijen "op nul" en hebben ze in beginsel evenveel kans op gunning van een dergelijke nadere opdracht. --> Ook als de raamovereenkomst/een nadere opdracht voor de Cruks-vervolgcampagne met de nummer 1 onverhoopt tussentijds eindigt, komen de nummer 2 en 3 in aanmerking om via een minicompetitie een aanbod te doen voor het oppakken van het vervolg van deze campagne, als de Ksa dat op dat moment nog wenst. --> Er kan ook sprake zijn van adviesopdrachten, zonder dat daaraan direct de uitvoering van een campagne is gekoppeld. Indien de verwachting is dat de waarde hiervan lager dan € 7.500 is, dan kan de Kansspelautoriteit deze Nadere Opdracht rechtstreeks aan een leverancier (nummer 1, 2 of 3 dus) naar keuze gunnen, zonder minicompetitie te organiseren. Indien dit in de praktijk nuttig blijkt, kunnen de Kansspelautoriteit en de leveranciers de lossere advieswerkzaamheden vormgeven in de vorm van een strippenkaart en/of op afroepbasis.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
3.	Referenties	Er worden 4 referenties gevraagd. Mogen hier dubbelingen in zitten of dienen dit 4 verschillende opdrachten te zijn?	Preciezer: er worden vier kerncompetenties gevraagd. Dat Inschrijver hierover beschikt kan aangetoond worden met 1, 2, 3 of 4 referenties. 1 referentie kan in het uiterste geval dus volstaan om aan te tonen dat aan alle vereiste kerncompetenties wordt voldaan. Graag wel het Format Kerncompetenties bij het gebruik van 1 referentie voor meerdere kerncompetenties per kerncompetentie volledig invullen om misverstanden te voorkomen. "Vgl. Het Format kerncompetenties dient altijd volledig te worden ingevuld; indien 1 referentie wordt gebruikt om aan meerdere kerncompetenties te voldoen dienen gegevens herhaaldelijk te worden opgegeven."
4.	Referenties	Er worden 4 referenties gevraagd. Mogen deze 4 verschillende opdrachten van dezelfde opdrachtgever zijn of moeten deze van 4 verschillende opdrachtgevers zijn?	Dit maakt niet uit. Zie ook vraag en antwoord 3.
5.	1.5 planning	Op 6 september staan de presentaties gepland voor de top 5 inschrijvingen. Op welke datum wordt deze top 5 bekend gemaakt? Ondanks dat de presentatie geen nieuwe informatie mag bevatten kost dit toch ook voorbereidingstijd. We hopen dat hier rekening mee gehouden kan worden.	Wij begrijpen dat het maken van een presentatie voorbereidingstijd vergt en dat het onwenselijk is dat door de planning meer dan de 5 uit te nodigen Inschrijvers tijd in de presentatie zelf steken. We willen Inschrijvers dan ook uiterlijk 2 september 2024 uitnodigen, of laten weten dat zij niet uitgenodigd zijn.
6.	4.4.2.1 Kerncompetenties	4.4.2.1 Kerncompetenties Bij de eisen voor de kerncompetenties wordt het volgende meegegeven: "De gevraagde kerncompetentie is ten behoeve van een klant, de referentie-organisatie, aangewend in de periode van 36 maanden voorafgaand aan de sluitingsdatum voor het indienen van een Inschrijving". Wat wordt in deze context exact met 'aangewend' bedoeld? Gaat het hierbij om het startmoment van de opdracht die wordt ingediend voor de kerncompetentie? Of zien jullie dit anders?	Met "aangewend" wordt niet meer bedoeld dan ingezet, benut et cetera. Aan de periode zijn nadere voorwaarden verbonden in de Aanbestedingsleidraad (onderstreping toegevoegd): " <u>De referentie-opdracht hoeft nog niet volledig te zijn afgerond, maar de onderdelen waar de kerncompetentie betrekking op heeft moeten wel zijn uitgevoerd en geëvalueerd.</u> Indien sprake is van een minimale periode (kerncompetentie 4), dan dient minimaal de helft hiervan binnen de periode van 36 maanden te vallen (in het geval van kerncompetentie 4 mogen dus maximaal 9 van de vereiste 18 maanden langer dan 36 maanden geleden zijn). " Met de onderstreepte tekst wordt bedoeld dat de referentie-opdracht nog mag lopen, maar dat de werkzaamheden zoals aangeduid in de kerncompetentie wel daadwerkelijk al uitgevoerd moeten zijn op het moment van het indienen van een Inschrijving. Dit moet geverifieerd kunnen worden bij de referentie-organisatie, en die moet desgevraagd ook kunnen aangeven dat de referentie-opdracht tot volle tevredenheid is uitgevoerd (vgl. laatste regel Format Kerncompetenties). Om die reden is toegevoegd dat de onderdelen waarop de kerncompetentie betrekking hebben ook moeten zijn geëvalueerd.
7.	4.4.2.1 Kerncompetenties	Bij kerncompetenties 2 & 3 staat 'het volledig uitvoeren van een' ... campagne. Wat wordt er bedoeld met het volledig uitvoeren? Voor reclamebureaus is het namelijk niet vanzelfsprekend om ook zelf de media-inkoop te doen of om productie volledig zelf op te pakken. Toch ben je wel betrokken bij het volledige proces van strategie tot uitwerking, productie en uiteindelijk media. Is deze betrokkenheid gedurende het gehele proces genoeg voor het aantonen van deze kerncompetenties?	Hiermee wordt bedoeld dat het bureau de regie voert over en verantwoordelijk is voor de gehele campagne van strategie en creatief concept tot en met de uitvoering. De Ksa sluit alleen een overeenkomst met het "communicatiebureau", niet met andere partijen zoals een onderzoeksbureau, mediabureau, fotografen, regisseurs etc.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
8.	4.4.2.2 Samenstelling en kwalificaties personeel	Ten aanzien van eis 2 wordt er verwacht dat er vier (geanonimiseerde) CV's worden ingeleverd. Wat is de minimale informatie die terug moet komen op de CV? Het is namelijk een balans tussen er voor zorgen dat een CV anoniem blijft en het aanleveren van de juiste informatie.	Bij nader inzien komt dit te vervallen om de administratieve lasten voor Inschrijvers te beperken. De CV's hoeven alleen te worden overgelegd door de bureaus die de Raamovereenkomst gegund krijgen, na gunning. De inhoud zal dan nader worden aangegeven.
9.	5.3.1 Opmaak en aantal pagina's	Bij de verschillende onderdelen van het subgunningscriterium worden maximaal aantal A4 meegegeven. Verder zijn hier geen vereisten in meegegeven waardoor de ruimte die gebruikt kan worden nog sterk kan verschillen per bureau. Wij willen voorstellen om ook een standaard lettertype, lettergrootte en regelafstand af te stemmen zodat de ruimte die door elk bureau gebruikt kan worden gelijk wordt getrokken. Dit is voor ons gebruikelijk bij overheidsaanbestedingen en een goed gebruik om gelijkwaardigheid van de inzendingen te waarborgen. Gaan jullie hiermee akkoord? En kunnen jullie hierin een verplicht lettertype, lettergrootte en regelafstand voorstellen?	Nee, niet akkoord. Wij zijn bekend met het fenomeen van voorschrijven van lettertypes en lettergroottes, maar kiezen hier niet voor. Wij gaan ervan uit dat Inschrijvers vaker offertes maken en snappen dat die - uitgeprint op A4 - fatsoenlijk leesbaar moeten zijn, zonder ongebruikelijke hulpmiddelen. Bovendien leidt het voorschrijven van dit soort zaken al te snel tot aanbestedingsongelukken, doordat bij bijvoorbeeld het gebruik van een ander lettertype ergens op een pagina de vraag opgeworpen wordt of zo'n Inschrijving dan niet terzijde moet worden gelegd. In dit specifieke geval geldt ook nog eens dat sprake is van een creatieve branche; de Kansspelautoriteit wil dienstverleners niet onnodig beknotten in de uitingwijze. Het voorschrijven van lettertypes heeft met gelijkwaardigheid naar het inzicht van de Ksa niet veel te maken; bovenal gaat het de Ksa om de kwaliteit, niet om de kwantiteit.
10.	5.3.1 Opmaak en aantal pagina's	Bij de verschillende onderdelen van het subgunningscriterium worden maximaal aantal A4 meegegeven. Mag een bronnenlijst op een losse A4 worden aangeleverd die valt buiten het maximum aantal A4 voor de onderdelen?	Nee. Maximum = maximum, tenzij expliciet is aangegeven dat er iets buiten valt. Ook hyperlinks, verwijzingen naar bronnen anderszins etc. binnen het maximumaantal A4 zullen in het kader van de beoordeling niet worden geraadpleegd.
11.	5.3.3 Onderdeel 1: Visie op overheidscommunicatie en samenwerking	Er wordt in onderdeel 1 van het subgunningscriterium gevraagd om een visie op overheidscommunicatie. Dit voelt voor ons nog als een zeer breed begrip, waardoor er kans is op totaal verschillende en dus onvergelykbare inzendingen op dit vlak. Kan deze vraag nog worden toegelicht/gespecificeerd aan de hand van kaders voor het beantwoorden van deze vraag? Binnen welke kaders wordt er gevraagd om een visie op overheidscommunicatie?	Rondom overheidscommunicatie lopen diverse discussies over zaken als bewustwording versus gedragsbeïnvloeding, de geloofwaardigheid van de overheid als 'adverteerder' en het effect/rendement van bepaalde typen van overheidscampagnes. Gevraagd wordt om een korte maar heldere visie op overheidscampagnes, specifiek als het gaat om gezondheidsvraagstukken, waarin bovengenoemde zaken worden meegenomen, op basis van de ervaringen/expertise van het bureau.
12.	5.3.5 Onderdeel 3: Teamsamenstelling,	In onderdeel 3 van het subgunningscriterium wordt gevraagd om het aanwijzen van twee sleutelfunctionarissen. Deze sleutelfunctionarissen moeten minimaal twee rollen vervullen: kunnen jullie toelichten wat het beoogde verschil is tussen de rol van de twee aanspreekpunten?	De ene rol ziet op het niveau van de raamovereenkomst, de ander op het niveau van de nadere opdracht Cruks- vervolgcampagne 2024 en verder. Bureaus bepalen zelf hoe deze rollen worden belegd, dit kan ook bij 1 en dezelfde functionaris zijn.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
13.	Advies	Kesselskramer heeft eerder al het volgende geadviseerd: 'verenig de communicatie over het Cruksregister en Loket Kansspel onder één merknaam'? Hoe is dit advies door jullie ontvangen?	Het advies is op zich positief ontvangen, maar nog niet overgenomen. Momenteel wordt in bredere zin gekeken naar de taakverdeling tussen de Ksa en het Loket Kansspel, onder meer wat betreft consumentencommunicatie. Dat is een van de redenen dat in de aanbestedingsprocedure ook wordt gesproken over mogelijke aanpassingen van de Cruks vervolgcampagne.
14.	5.3.3.	5.3.3. Jullie vragen om aantoonbare prestatie-informatie waaruit blijkt dat Inschrijver deze gestelde toegevoegde waarde in de praktijk kan waarmaken. Mag dit gelijk zijn aan een van de vier referenties?	Ja, dat mag. Beoordeling van de vereiste referenties en de invulling van dit kwalitatieve onderdeel vindt geheel gescheiden plaats.
15.	3.3.	3.3 Wat wordt er bij punt 1 bedoeld met 'tekstvoorstellen'? Aangezien jullie het bij punt 3 hebben over 'tegenstrijdigheden en/of onvolkomenheden'.	Een voorstel voor een alternatieve tekst, bijvoorbeeld als het gaat om contractuele bepalingen.
16.	2.5	2.5 Kunnen jullie een hypothetische situatie beschrijven waarin de Cruks-campagne substantieel zou worden aangepast? Onder welke omstandigheden zou dit gebeuren?	De Ksa is een ZBO, maar heeft het ministerie van JenV als opdrachtgever en opereert daarmee in een dynamische politiek-bestuurlijke omgeving. En rondom het onderwerp (online) gokken leven in de maatschappij veel zorgen. Dit 'umfeld' kan invloed hebben op de campagne. Daarnaast wordt in bredere zin gekeken naar de taakverdeling tussen de Ksa en het Loket Kansspel, onder meer wat betreft consumentencommunicatie. Dat is een van de redenen dat in de aanbestedingsprocedure ook wordt gesproken over mogelijke aanpassingen van de Cruks vervolgcampagne.
17.	2.4.	2.4 De vervolgcampagne heeft de sterke voorkeur om nog in 2024 te starten, bij voorkeur voor de kerstperiode, maar uiterlijk in januari 2025. Dat is nogal krap. Ook heeft dit gevolgen voor media-inkoop, de campagne loopt dan in de duurste periode. Is er nog ruimte om in de planning te schuiven?	De Ksa onderschrijft dat de huidige planning krap is, maar wil hier graag aan vasthouden in verband met de continuïteit van de communicatie over Cruks. Anderzijds staat de Ksa open voor goed onderbouwde argumenten om de campagne op een ander moment te starten. Het is dus inderdaad een sterke voorkeur, en geen harde eis.
18.	Algemeen	We hebben gezien dat Kessels eind 2023 al een voorstel voor een vervolg aan jullie heeft gepresenteerd. Is dit voorstel ook te delen, als onderdeel van de aanbesteding? En: toch moeten we de vraag stellen, in hoeverre is er een voorkeur voor Kessels?	De Ksa heeft het Eindrapport en de Eindrapportage van KesselsKramer gedeeld via de Aanbestedingsstukken. Dit past in de ambitie om zo open en transparant mogelijk te zijn bij deze aanbesteding en alle partijen gelijke kansen te bieden. Er is a priori geen voorkeur voor enig bureau.
19.	2.2.	2.2 De Kansspelenautoriteit wil een leverancier die deze vervolgcampagne kan uitvoeren en daaromtrent kan adviseren, opdat de vervolgcampagne voortdurend verbeterd kan worden. Vraag: is er ruimte voor aanvullend onderzoek?	Het antwoord is ja. Sterker nog, de Ksa is van mening dat onderzoek/monitoring een belangrijk onderdeel moet zijn van de campagne. We lezen graag terug in de Inschrijvingen hoe Inschrijvers voorstellen dit een plaats te geven.
20.	Algemeen	Heeft het nieuwe kabinet/regeerakkoord nog invloed op deze aanbesteding?	De Ksa is een ZBO, maar heeft het ministerie van JenV als opdrachtgever en opereert daarmee in een dynamische politiek-bestuurlijke omgeving. En rondom het onderwerp (online) gokken leven in de maatschappij veel zorgen. Dit 'umfeld' kan invloed hebben op de campagne.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
21.	2.2.	Is de insteek van deze campagne enkel om de naamsbekendheid te verhogen? Jullie noemen wel bewustwording, met de disclaimer dat het ook risicovol is om over te communiceren. Kunnen jullie daar wat meer context bij geven?	De primaire doelstelling is inderdaad het verhogen bij de naamsbekendheid onder gokkers. Meer algemene bewustwording van de gokproblematiek is een onderwerp dat nog steeds gevoelig ligt (zij het minder dan voorheen) en een issue dat in samenwerking met expertisepartner Trimbos na de aanbesteding nader bekeken en besproken kan worden, waarbij ook het advies van het voor de Cruks-vervolgcampagne gecontracteerde bureau (winnaar aanbesteding) zal worden meegenomen.
22.	4.4.2.2 Samenstelling en kwalificaties personeel	We lezen in de aanbesteding: 'Het is voor de Kansspelautoriteit van belang dat de toekomstige Opdrachtnemer over voldoende gekwalificeerd personeel beschikt om de diensten uit te voeren. De Kansspelautoriteit stelt daarom de volgende minimumeis aan Inschrijvers. 1. Inschrijver beschikt over minimaal 10 functionarissen, waarmee aantoonbaar de volgende disciplines zijn afgedekt: strategie, account, onderzoek/gedragswetenschap, creatie (copy//art/design), projectmanagement, productie, media-inkoop en ict.' Kunt u duiden wat u verstaat onder media-inkoop (kan samengewerkt worden met een media-bureau, of moet dit in huis zijn?) en ict?	De Ksa vindt het belangrijk dat deze disciplines goed vertegenwoordigd zijn, en dat het bureau beschikt over deskundigen in deze disciplines en hen kan aansturen. Dit kunnen eigen medewerkers zijn, freelancers of onderaannemers, zoals een media-bureau.
23.	2.2.	Hoe groot is het probleem, zijn er gegevens of schattingen bekend over hoeveel procent nog niet is geregistreerd maar wel baat heeft bij registratie (c.q. gokverslaafd is)?	Er wordt veel onderzoek gedaan naar de gokproblematiek in Nederland, maar eenduidige cijfers zijn lastig te geven wegens het gebruik van verschillende definities en onderzoeksmethodes. Met de campagne willen we ons richten op het vergroten van de naamsbekendheid onder alle gokkers (specifiek: mensen die deelnemen aan hoog risico kansspelen, niet aan loterijen), omdat zij allemaal baat kunnen hebben bij een inschrijving in Cruks register. Registratie is niet alleen zinvol voor gokverslaafden, maar ook voor mensen die te maken krijgen met andere vormen van gokproblematiek, zoals schulden. Naar schatting waren in de laatste zes maanden van 2023 726 duizend spelers actief bij legale aanbieders. Dat betekent dat 5 procent van de volwassen bevolking online gokte in die maanden (bron: Monitoringsrapportage online kansspelen, Voorjaar 2024, Ksa). Hierbij komen nog de mensen die niet online gokken, maar wel fysieke casino's en gokhallen bezoeken, de exacte aantallen zijn niet bekend. Recent is een onderzoek uitgevoerd door Ipsos naar gokkers die behandeld worden, in het rapport zijn ook diverse cijfers te vinden (zie: https://www.ipsos-publiek.nl/actueel/online-kansspelers-gokken-frequentier-en-ervaren-meer-problemen/).
24.	algemeen	De vraag kwam al even voorbij tijdens de voorlichtingsbijeenkomst. Kunt u meer vertellen over welke lessen jullie geleerd hebben van de pilot-campagnes/samenwerking met bureau?	Nee, niet meer dan in de ambtshalve toelichting d.d. 15 juli jl. (Nota van inlichtingen o) is beschreven.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
25.	Doelgroep bepaling	Het vervolg van de campagne moet liggen op het vergroten van de naamsbekendheid van Cruks en/of Gokstop. Bij welke doelgroepen precies en met welke uitingen en omvang, moet onder andere nog worden bepaald. In de briefing staan wel doelgroepen omschreven. Moeten we deze dan aanhouden of kan dat nog veranderen? En zo ja, wanneer horen we dit dan?	Bij de aanbesteding kunt u deze doelgroepen aanhouden, maar wij verwachten van het bureau een onderbouwde visie en kritische blik op de keuze van de doelgroepen, mede als het gaat om haalbaarheid en relatie tot het budget.
26.	Onderzoek/r resultaten campagnes	Wat is nu precies de rol van Trimbos? Zij doen onderzoek naar de insights vanuit de doelgroep. Doen we als bureau zelf onderzoek naar de resultaten van de campagnes (kwalitatief en kwantitatief)?	Trimbos wordt bij de aanbesteding en de uitvoering door de Ksa ingeschakeld als expertisepartner. Het laten uitvoeren van onderzoek ligt als opdracht bij het voor een campagne te contracteren bureau, waarbij Trimbos als klankbord of adviseur kan optreden.
27.	Briefing Cruks vervolgcampagne	Briefing Cruks vervolgcampagne, bij kopje Cruks-register. Klopt het nu dat de gemiddelde leeftijd ruim 20 jaar is? Je ziet niet overduidelijk dat het nu om een gemiddelde leeftijd gaat of iets anders.	Het gaat hier niet om de leeftijd, maar om een gemiddelde geregistreerde inschrijvingsduur van circa 20 jaar (recent cijfer, op de site staat nog 15 jaar). Let wel: dit gemiddelde is enigszins misleidend omdat veel mensen ook kiezen voor levenslange uitsluiting (formeel: 99 jaar).
28.	Briefing Cruks vervolgcampagne	De communicatiedoelstellingen: op basis waarvan zijn de nieuwe doelstellingen bepaald? Is dit om te kijken of de gewenste 'groei' in naamsbekendheid realistisch/haalbaar is?	De genoemde cijfers geven inderdaad het ambitieniveau aan. Aan het bureau de uitnodiging om aan te geven of deze cijfers haalbaar zijn, mede gebaseerd op recente ervaringen met vergelijkbare campagnes van dit bureau of van andere partijen.
29.	Briefing Cruks vervolgcampagne - B2B of B2C	De communicatiedoelgroepen: zit er een gewenste verhouding in het bereiken / aanspreken van gokkers en hun naasten (B2C), het bereiken/aanspreken van zorg- en schuldhelpsector (B2B) of kansspel aanbieders (B2B), of mogen wij deze zelf prioriteren in een strategie? Wij begrepen uit de mondelinge toelichting dat de campagne een hoog B2B karakter had. Maar een campagne als deze is toch alleen succesvol als gokkers zich aanmelden voor een gokstop (dus B2C)?	Het bureau mag zelf prioriteren, mits de focus ligt op het vergroten van de naamsbekendheid. Als tijdens de mondelinge toelichting de indruk is ontstaan dat het gaat om een B2B-campagne is er sprake van een misverstand. De doelstelling van de campagne is het verhogen van de naamsbekendheid, niet de conversie.
30.	2.2 aanbesteding leidraad	Kansspelautoriteit wil voor mogelijke toekomstige campagnes raamwerkafspraken maken met twee secundaire leveranciers die geschikt zijn om de Kansspelautoriteit bij deze mogelijke middellangetermijnbehoefte (1-4 jaar) van dienst te zijn. Wat is voor u het verschil tussen de tweede en derde leverancier? Heeft de derde leverancier minder kans op opdrachten? Kan het voorkomen dat deze twee leveranciers wel een overeenkomst krijgen maar dat er in de 4 jaar geen beroep op hen word gedaan?	Er is geen verschil tussen de nummer 2 en 3. En ja, het kan voorkomen dat er geen beroep op de nummer 2 en 3 zal worden gedaan, althans dit is niet uit te sluiten. Zie ook vraag en antwoord 1 en 2.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
31.	5.3.4 Aanbestedin gsleidraad	Over welke databestanden beschikt opdrachtgever aangaande de doelgroep van de campagne. Zijn er bestanden beschikbaar met sociodemografische kenmerken aangevuld met de psychografische en gedragskenmerken?	Hiervoor verwijzen wij naar twee recente studies/rapporten van Ipsos en Ladis: https://www.ipsos-publiek.nl/actueel/online-kansspelers-gokken-frequentier-en-ervaren-meer-problemen/ en https://www.casinonieuws.nl/online/ladis-jaarrapportage-2022-aantal-gokverslaafden-daalde-in-2022/#:~:text=Ook%20in%202022%20was%20er,7%25%20ten%20opzichte%20van%202021.
32.	Algemeen	Is op deze aanbesteding social return van toepassing? En indien dit niet het geval is, zou opdrachtgever willen overwegen om dit onderdeel uit te laten maken van deze aanbesteding?	Nee, en nee. Opdrachtgever vindt dit niet onbelangrijk, integendeel, maar weegt per aanbesteding af of het proportioneel is dit toe te passen. Hier is toepassing van SROI minder voor de hand liggend naar het inzicht van de Ksa.
33.	Algemeen	Kunt u de samenstelling van de beoordelingscommissie toelichten?	Ja, indicatief- samenstelling kan wijzigingen voorafgaand of lopende de beoordeling: --> Adviseur communicatie (projectleider) --> Intern adviseur met materiedeskundigheid op het gebied van verslaving(spreventie) --> Extern adviseur met materiedeskundigheid op het gebied van verslaving(spreventie) --->Manager Communicatie & Strategie (intern gedelgeerd opdrachtgever) Het proces wordt begeleid door een inkoopadviseur.
34.	Bijlage schriftelijke briefing	U geeft aan in nauwe samenwerking met externe partners, waaronder in elk geval een of meerdere communicatiebureaus en het Trimbos instituut als expertisepartner. Kunt u aangeven welke verantwoordelijkheid het/de communicatiebureau(s) heeft/hebben ten aanzien van deze campagne?	Zie ook beantwoording elders. Het voor een campagne gecontracteerde bureau is als opdrachtnemer verantwoordelijk, met dien verstande dat keuzes in samenspraak met de opdrachtgever gemaakt worden en dat opdrachtgever op belangrijke momenten goedkeuring moet geven. Opdrachtgever laat zich adviseren door interne en externe adviseurs. Trimbos is een externe adviseur aan de zijde van opdrachtgever.
35.	BIJLAGE SCHRIFTELI JK BRIEFING CRUKS- VERVOLG	p1 - 'Het Cruks register' Er staat 'gemiddelde is ruim 20 jaar'; klopt dat? p2 - 'Resultaten' In de Nota van Inlichting punt C geeft u aan het 'niet is bedoeld dat al concrete mateiralen en creatieve uitingen worden aangeboden'. Maar u vraagt wel om 'mogelijk een logo voor Cruks/Gokstop' voor te stellen en 'mogelijk' een standaardtekst, maar dit zijn toch ook meer uitwerkingsvragen voor na het winnen van de tender?	p1: Het gemiddelde is inderdaad 20 jaar (maar zie ook vraag en antwoord 28). p2. Het genoemde logo en de waarschuwingstekst hoeven niet bij de pitch gepresenteerd te worden, maar wij horen graag of dit een goed idee is om mee te nemen in de campagne, en zo ja waarom, hoe etc. Zie voor meer duiding bij het verwachte uitwerkingsniveau ook de ambtshalve Nota van inlichtingen o, punt C.
36.	AANBESTE DINGSLEID RAAD, P7. Sluitingster mijn	U gaf tijdens de online briefing al aan dat het qua timing voor bureaus allemaal ongelukkige timing is met de zomervakantie qua bezetting. Dat is inderdaad het geval. Het zou daarom erg helpen om op z'n minst 1 of 2 weken extra tijd te krijgen voor de inzending. Is dat toch een mogelijkheid?	De Ksa onderschrijft dat de huidige planning krap is, maar wil hier graag aan vasthouden in verband met de continuïteit van de communicatie over Cruks. Aanbestedingsplanning blijft ongewijzigd.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
37.	NOTA VAN INLICHTING EN o #C	Bij de omschrijving van de 'kern', punt 1, staat 'in ieder geval bij gokkers' als doelgroep, maar in de briefing staat 'gokkers en hun naasten en de zorg- en schuldhulpsector'. Dat is een groot verschil. Op welke doelgroep moeten we ons in deze tender nu richten?	Dit vraagstuk speelde ook bij de pilot Cruks campagne. Eigenlijk wil de Ksa alle genoemde doelgroepen bereiken, maar dit lijkt moeilijk haalbaar. Het bureau wordt gevraagd om een voorstel te maken, waarbij de onderbouwing nog belangrijker is dan de keus op zich. Een optie kan ook zijn om de campagne te starten richting gokkers en in een latere fase deze (ook) te richten op de andere doelgroepen.
38.	BIJLAGE FORMAT KERNCOMPETENTIES	In het kerncompetenties formulier wordt gevraagd om een 'korte omschrijving van werkzaamheden'. Dat is een reukelijk begrip. Wat verwacht u hier dat we beschrijven: een hele case of alleen de werkzaamheden, of anders? En kunt u een indicatie geven hoeveel het (maximaal) kan zijn?	Het hoeft niet veel te zijn; gebruik ongeveer de ruimte die er fysiek voor is gereserveerd in het template. De Ksa gaat ervan uit dat met het invullen van de rest van het formulier en het beantwoorden van de meer concrete vragen voldoende duidelijk wordt dat een referentie voldoet en dat Inschrijvers geen valse verklaringen doen. Bovendien kan de Ksa referenties rechtstreeks verifiëren bij de referent. Het gaat om enkele regels context/inleiding, 1 of 2 beknopte alinea's - hierin mogen ook hyperlinks worden opgenomen
39.	Bijlage schriftelijke briefing Cruks- vervolg: communicatiedoelstellingen	In de briefing heeft u het over een naamsbekendheid bij (probleem)spelers van nu circa 30%, doelstelling eind 2025 van 60% en in de online briefing had u het over 10%. 3 vragen hierover: 1. Gaat het om naamsbekendheid van Cruks + Gokstop opgeteld of een gemiddelde van de twee? 2. Is het naamsbekendheid van probleemspelers of spelers algemeen? 3. En is de bekendheid nu 10% of 30%?	1. Goede vraag, de eerste reactie van de Ksa is de optelsom van Cruks en Gokstop. 2. De naamsbekendheid is laag zowel bij 'gewone' gokkers als bij de probleemspelers, met als opmerking dat heel veel mensen (op termijn) probleemspeler kunnen worden. 3. Zoals hierboven ook aangegeven: er worden veel onderzoeken uitgevoerd naar het gokken en de gokproblematiek, maar door verschillende definities en onderzoeksmethodes komen daar ook verschillende cijfers uit. De Cruks naamsbekendheid van 10% komt uit het zeer recente (juli 2024) rapport van het bureau Ipsos I&O in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Datacentrum.
40.	Communicatiedoelgroepen	In de Aanbestedingsleidraad wordt bij '2.2 Achtergrond van de aanbesteding' gesproken over doelgroepen: 'Bij welke doelgroepen precies en met welke uitingen/omvang, moet onder andere nog nader worden bepaald'. Ook in de 'Bijlage Schriftelijke briefing Cruks- vervolg' wordt het belang van specifieke doelgroepen benadrukt: 'primair gericht op het verder vergroten van de naamsbekendheid van Cruks/Gokstop bij verschillende doelgroepen' en 'Gerichte communicatie-activiteiten voor specifieke doelgroepen zijn het uitgangspunt qua middeleninzet'. Vraag: kunnen jullie een specificering, prioritering en wellicht specifieke inzichten/uitdagingen o.b.v. jullie ervaringen aanbrengen voor de genoemde doelgroepen spelers, probleemspelers, naasten, zorgsector, schuldhulpsector en aanbieders?	De beantwoording van deze vraag laat de Ksa aan het bureau, waarbij de onderbouwing nog zwaarder telt dan de keus op zich. De Ksa wil zich laten adviseren door communicatieprofessionals op het gebied van doelgroepenkeuze in relatie tot de doelstelling, budget etc.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
41.	Communicatiedoelstellingen	In de Aanbestedingsleidraad wordt bij '2.2 Achtergrond van de aanbesteding' gesproken over een succesvolle pilotcampagne. Vraag: Kunnen jullie aangeven hoe dit succes is gemeten, wat succesfactoren en bijbehorende scores waren?	Uitgangspunt van de pilot campagne was: Hoe vergroten we de naamsbekendheid van het Cruksregister onder een veelzijdige doelgroep (spelers met of zonder gokprobleem, naasten, zorgprofessionals, aanbieders) om op het juiste moment te herinneren aan registratie? Bij de pilot campagne stond vooral het onderzoeken, verkennen en monitoren centraal. Dat is naar mening van de Ksa gelukt, zie voor de learnings en inzichten de bijlagen van KesselsKramer, onder meer Eindrapport en Eindpresentatie.
42.	Communicatiedoelstellingen	Bijlage Schriftelijke briefing Cruks-vervolg zegt over de primaire communicatiedoelstelling van de Cruks vervolgcampagne in 2024/25: 'Hier streven we naar een stijging van de naamsbekendheid bij (probleem)spelers van circa 30% naar minimaal 60%. Bij de naasten, zorg en schuldhulp van 0% - 10% naar minimaal 30%.' Vraag : in welke periode is de 30% naamsbekendheid behaald? En op basis van welke inzichten verwachten jullie dat een verdubbeling realistisch is?	Is gebaseerd op een verkennend steekproef-onderzoek dat is begeleid door KesselsKramer en Trimbos met als Take away "De bekendheid van Gokstop / CRUKS is laag: de meerderheid is niet op de hoogte of denkt dat het anders heet. Onder intensieve gokkers is de bekendheid IETS hoger, maar het blijft een minderheid". Genoemde 30% is een gewogen gemiddelde. Zie het Trimbos rapport in de aangeleverde stukken. De Ksa verwacht mede op basis van de uitkomsten van de pilot campagne dat een verdubbeling haalbaar moet zijn.
43.	Communicatiedoelstellingen	Vraag: wat zijn factoren die hebben beïnvloed dat de huidige naamsbekendheid bij naasten, zorg en schuldhulp 0% - 10% is?	Dit zijn geen harde cijfers, maar een indruk op basis van interviews en gesprekken met stakeholders, waaronder partijen in de zorg en schuldhulp. De naamsbekendheid bij niet-gokkende naasten is iets hoger, maar ook slechts 15% (zie Trimbos rapport).
44.	Communicatiedoelstellingen	Vraag: Omdat we het identificeren van (probleem)spelers en naasten een uitdaging is, zijn we geïnteresseerd in de meetmethoden om daarvan te kunnen leren. Welke methoden hanteren jullie om (tussentijdse) resultaten bij deze specifieke doelgroepen spelers, probleemspelers en naasten te monitoren en meten?	De Ksa beschikt zelf niet over methodes deze resultaten te monitoren en meten, van het bureau wordt verwacht dat zij dit onderdeel van de campagne maken.
45.	Communicatiedoelstellingen	Bijlage Schriftelijke briefing Cruks-vervolg zegt: 'Primair een aantoonbare stijging van de naamsbekendheid van Cruks en/of Gokstop bij de doelgroepen.' In een interview staat: 'We gebruiken regelmatig teksten als: "Neem een gokstop, ga naar Cruksregister" Op dit moment is er dus in zekere zin sprake van dual-branding. We komen af van de periode waar we uitsluitend Cruks gebruikten. Cruks is toch een vrij ambtelijke naam. Gokstop is meer een consumenten productnaam die mensen begrijpen.' Vraag: betekent dit dat we op de stijging van de naamsbekendheid van Gokstop kunnen en moeten focussen en niet op Cruks? En geldt dit eveneens voor het Cruks/Gokstop-logo dat jullie bij de resultaten noemen? Of willen jullie juist graag een advies ontvangen?	Het antwoord op de laatste vraag is ja. De Ksa ziet graag een onderbouwd advies.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
46.	Resultaten	Bij de resultaten sommen jullie twee zaken op: 'Mogelijk een Cruks/Gokstop-logo, dat zowel door de Ksa als door derden gebruikt kan worden' en 'Mogelijk een standaard waarschuwingstekst (vgl. 113 zelfmoordpreventie)'. Vraag: waarom gebruiken jullie de term 'mogelijk'? Willen jullie hierover een advies? Of is aankomende wetgeving van belang?	Deze twee zaken zijn buiten scope geplaatst tijdens de pilot campagne, maar kunnen nuttig/relevant zijn. Graag hierover een advies, ook hoe deze in de campagne verwerkt worden. Hier speelt op dit moment niet in de aankomende wet- of regelgeving.
47.	Algemeen	Effectiviteit Cruks/Gokstop. Vraag: Zijn er meetresultaten beschikbaar over de effectiviteit van Cruks/gokstop zelf? Wat zijn de factoren die deze effectiviteit positief dan wel negatief beïnvloeden?	Bekend is dat intussen zich meer dan 75.000 mensen in het Cruks register hebben laten opnemen. Het is een effectieve tool in die zin dat het na inschrijving nagenoeg onmogelijk is te gokken bij legale aanbieders in Nederland. Uit signalen van stakeholders (Trimbos, Loket Kansspel, maar ook ervaringsdeskundigen) blijkt dat de Gokstop gezien wordt als een zinvol en effectief (tijdelijk) middel om gokproblematiek aan te pakken. Het is echter geen tool die een onderliggende problematiek (die vaak speelt bij verslavingen) aanpakt, het is dus geen vorm van hulpverlening (daarvoor wordt verwezen naar Loket Kansspel als eerstelijns helpdesk).
48.	Primaire en secundaire leveranciers	Op pagina 11 en 12 van de Aanbestedingsleidraad geeft u aan hoe wij de verhouding tussen primaire en secundaire leveranciers moeten zien. Begrijpen wij het goed dat de secundaire leveranciers pas in beeld komen bij de te gunnen nadere opdrachten voor een nieuwe campagne of een substantiële gewijzigde Cruks vervolgcampagne? En vanaf wanneer (ongeveer) verwacht u nieuwe (vervolg)campagnes te gunnen waarbij ook secundaire leveranciers worden betrokken?	Zie vraag en antwoord 1 en 2.
49.	Primaire leverancier	Op pagina 11 van de Aanbestedingsleidraad schrijft u: 'Tenzij de raamovereenkomst op basis van de jaarlijkse evaluatie en/of om andere redenen met de primaire leverancier beëindigd wordt, blijft de primaire leverancier ook na de eerste Cruks-vervolgcampagneperiode de partner voor de Cruks-vervolgcampagne.' Even later geeft u aan dat een Cruks-vervolgcampagne ook via een mini-competitie aan een secundaire leverancier kan worden gegund als deze vervolgcampagne naar het oordeel van de Kansspelautoriteit substantiële gewijzigd is. Wat verstaat u onder een substantiële wijziging? Om welke 'andere redenen' kan de raamovereenkomst met primaire leverancier worden beëindigd?	Wat wel of geen substantiële wijziging is, is op voorhand niet met een schaarstje te knippen. Het gaat erom dat de campagne niet ongewijzigd of zonder kleine wijzigingen voortgezet kan worden op een volgend moment. In dat geval is het zinvol de drie gecontracteerde partners opnieuw om een kwalitatief en financieel aanbod te vragen. Wat precies een kleine wijziging is, is niet op voorhand aan te geven. Met andere reden van beëindiging worden de meer generieke beëindigingsgronden bedoeld, bijvoorbeeld faillissement van de betreffende opdrachtnemer.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
50.	Omvang van de opdracht	Op pagina 15 van de Aanbestedingsleidraad schrijft u: 'Mogelijk dat gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst ook andere campagnes worden gestart en/of na 2026 de Cruks-vervolgcampagne wordt voortgezet.' Hoe groot acht u de kans dat de secundaire leveranciers binnen het contract een campagne gegund krijgen. Dit is – gelet op de investering in deze aanbesteding – een relevant gegeven voor ons.	Zie onder meer vraag en antwoord 1 en 2. Meer kan hierover niet worden gezegd in deze fase.
51.	Russische inschrijver	Op pagina 24 van de Aanbestedingsleidraad schrijft u: 'Op eerste verzoek dient Inschrijver een verklaring te overleggen waaruit blijkt dat er geen sprake is van Russische betrokkenheid bij de uitvoering van deze Raamovereenkomst.' Klopt het dat u een dergelijke door ons in te vullen verklaring nog niet als document beschikbaar hebt gesteld of is de vorm van de verklaring vrij?	Het klopt dat dit nog niet beschikbaar is gesteld. Dit hoeft niet standaard bij de Inschrijving te zitten. Als de Ksa om een dergelijke verklaring zou verzoeken, dan wordt deze tekst gevolgd: https://www.pianoo.nl/nl/regelgeving/crisis-en-inkoop/veel-voorkomende-vragen/kan-ik-een-verklaring-vragen-dat-er-geen .
52.	Continuïteit	Op pagina 25 van de Aanbestedingsleidraad schrijft u: 'Op eerste verzoek van de Kansspelautoriteit moet een verklaring van de accountant kunnen worden overlegd die ertoe strekt dat er geen indicaties bestaan dat de onderneming niet voldoende financieel en economisch draagkrachtig is om onderhavige Opdracht uit te voeren.' Voldoet in dit geval het overleggen van een recente jaarrekening zonder continuïteitsparagraaf?	Juist.
53.	pagina 19, paragraaf 2.3.	U schrijft op pagina 19, paragraaf 2.3. dat de voorkeur uitgaat naar het vervolgen van de campagne bij voorkeur vóór de kerst en uiterlijk januari 2025. Gunning vindt echter plaats medio oktober, waardoor slechts enkele weken productiefase overblijven. Gaat u uit van een dusdanig volledig plan, dat direct na gunning gestart kan worden met uitvoer, of is er ruimte om na gunning verder af te stemmen en zo tot de best mogelijke aanpak en vorm te komen?	Er is na gunning ruimte om gezamenlijk en in overleg met Trimbos de briefing nog aan te scherpen en daarmee ook de campagne-ontwikkeling en -realisatie. Dit wil de Ksa ook. Het is echter niet de bedoeling dat dit leidt tot grote vertragingen.

Nr.	Verwijzing	Vraag	Antwoord
54.	Pagina 19, 2.3	Aanvullend op onze voorgaande vraag; u schrijft op pagina 19, paragraaf 2.3. dat de voorkeur uitgaat naar het vervolgen van de campagne bij voorkeur vóór de kerst en uiterlijk januari 2025. Ziet u ruimte om in die fase van de campagne voort te borduren op en met reeds gemaakt werk, om in latere fases de campagne in te vullen met nieuw werk, aan de hand van nieuwe inzichten? Of is het een harde eis om een volledig nieuwe campagne te introduceren per dec/jan?	Het is beslist geen eis om (alleen) gebruik te maken van bestaand werk of juist alleen nieuw werk te ontwikkelen. De Ksa verwacht van het bureau een onderbouwd voorstel met daarin keuzes die optimaal bijdragen aan de doelstellingen.
55.	pagina 31 paragraaf 5.4.3	U vraagt op pagina 31 paragraaf 5.4.3 om een gedetailleerd communicatieplan inclusief creatieve uitwerking en begroting. Er zit een fors risico in deze uitvraag, omdat binnen deze werkwijze een voorstel wordt gedaan zonder onderzoek en toetsing bij doelgroep/trimbos/bureau voor gedragswetenschap. Juist deze stappen dragen zo bij aan een stevig en kansrijk plan. Ons advies is om de vraag te kaderen, zodat inschrijvers vooral hun potentie kunnen tonen en niet op voorhand en zonder gedegen onderzoek/toetsing een plan opleveren. Ziet u ruimte om de vraag zodoende te kaderen of verkleinen?	De Ksa vraagt inderdaad om een communicatieplan, wat betreft de creatieve uitwerking gaat het niet om complete campagne met alle uitgewerkte uitingen, maar een richting of concept (dat kan ook zijn gebruik maken van bestaand materiaal). Wat betreft de begroting is de Ksa vooral benieuwd hoe het bureau het afgegeven budget wil verdelen. Zie ook de ambtshalve Nota van inlichtingen o, onder C.

--- EINDE NOTA VAN INLICHTINGEN 1 ---