1. Koper

1.1 Koper

Officiële naam:	Stichting Hogerberoepsonderwijs Haaglanden
Rechtsvorm van de koper :	Publiekrechtelijke instelling
Activiteit van de aanbestedende dienst:	Onderwijs

2. Procedure

2.1 Procedure

Titel:	EA Branding en Positionering
Beschrijving:	In 2022 heeft De HHs een nieuw Instellingsplan vastgesteld: Onderzoekend leren met impact. Dit nieuwe strategisch plan ademt een combinatie van een hoge ambitie voor kwaliteit van onderwijs en onderzoek. De HHs gaat de komende jaren haar onderwijs en onderzoek organiseren op een manier die het mogelijk maakt sneller en efficiënter om te gaan met veranderende omstandigheden in de wereld om ons heen. De volgende onderdelen behoren tot de scope van deze Europese aanbesteding Branding en Positionering: Ontwikkelen van merk- en productpositionering en vertaling naar alle doelgroepen (zowel HHs-breed als voor opleidingen en/of onderzoek) Adviseren over en ontwikkelen van merkstrategie en -hiërarchie (sub-merken /labels) Analyseren van markt-, concurrentie- en doelgroeponderzoek ten dienste van merkstrategie Adviseren over visuele identiteit (inclusief het doorontwikkelen van de brand guide) Adviseren over en ontwikkelen van (marketing)campagneconcepten (inclusief campagne guide) voor externe en interne doelgroepen Onderzoek/toetsen bij de doelgroepen tijdens ontwikkelen van positioneringen en campagne concepten
Identificatiecode van de procedure:	92fc6fdb-2546-4539-9ad9-d4a757ea0561
Eerdere aankondiging:	6434aa81-feab-4910-bae1-d77cd5c8b0b1-01
Interne identificatiecode:	EA-MT-2024
Type procedure:	Openbaar
De procedure wordt versneld:	neen
Belangrijkste kenmerken van de procedure:	zie aanbestedingsdocumenten

2.1.1 Doel

Aard van het contract:	Diensten
Belangrijkste classificatie (cpv):	79340000 Reclame- en marketingdiensten
Aanvullende classificatie (cpv):	79341100 Diensten voor advies inzake reclame

2.1.2 Plaats van uitvoering

Onderverdeling land (NUTS):	Agglomeratie ’s-Gravenhage (NL332)
Land:	Nederland
Aanvullende informatie:	Zie documentatie

2.1.3 Waarde

Geraamde waarde exclusief btw:	480 000 Euro
Maximumwaarde van de raamovereenkomst:	480 000 Euro

2.1.4 Algemene informatie

Oproep tot mededinging is beëindigd

Rijksoverheid

Rechtsgrondslag:

Richtlijn 2014/24/EU

5. Perceel

5.1 Technische ID van het kavel: LOT-0000

Titel:	EA Branding en Positionering
Beschrijving:	In 2022 heeft De HHs een nieuw Instellingsplan vastgesteld: Onderzoekend leren met impact. Dit nieuwe strategisch plan ademt een combinatie van een hoge ambitie voor kwaliteit van onderwijs en onderzoek. De HHs gaat de komende jaren haar onderwijs en onderzoek organiseren op een manier die het mogelijk maakt sneller en efficiënter om te gaan met veranderende omstandigheden in de wereld om ons heen. De volgende onderdelen behoren tot de scope van deze Europese aanbesteding Branding en Positionering: Ontwikkelen van merk- en productpositionering en vertaling naar alle doelgroepen (zowel HHs-breed als voor opleidingen en/of onderzoek) Adviseren over en ontwikkelen van merkstrategie en -hiërarchie (sub-merken /labels) Analyseren van markt-, concurrentie- en doelgroeponderzoek ten dienste van merkstrategie Adviseren over visuele identiteit (inclusief het doorontwikkelen van de brand guide) Adviseren over en ontwikkelen van (marketing)campagneconcepten (inclusief campagne guide) voor externe en interne doelgroepen Onderzoek/toetsen bij de doelgroepen tijdens ontwikkelen van positioneringen en campagne concepten
Interne identificatiecode:	EA-MT-2024

5.1.1 Doel

Aard van het contract:	Diensten
Belangrijkste classificatie (cpv):	79340000 Reclame- en marketingdiensten
Aanvullende classificatie (cpv):	79341100 Diensten voor advies inzake reclame

5.1.2 Plaats van uitvoering

Onderverdeling land (NUTS):	Agglomeratie 's-Gravenhage (NL332)
Land:	Nederland
Aanvullende informatie:	Zie documentatie

5.1.3 Geraamde duur

Begindatum:	01/07/2024
Einddatum van de duur:	30/06/2026

5.1.4 Verlenging

Maximumaantal verlengingen:	2
De koper behoudt zich het recht voor aanvullende aankopen te doen bij de contractant, zoals hier beschreven:	de Raamovereenkomst kan verlengd worden 2 x 12 maanden

5.1.5 Waarde

Geraamde waarde exclusief btw:	480 000 Euro
Maximumwaarde van de raamovereenkomst:	480 000 Euro

5.1.6 Algemene informatie

Aanbestedingsproject dat niet uit EU-fondsen wordt gefinancierd

De aanbesteding valt

Rijksoverheid

onder de Overeenkomst inzake overheidsopdrachten (GPA):	ja

5.1.7 Strategische aanbestedingen

Criteria groene overheidsopdrachten:	Geen criteria voor groene overheidsopdrachten

5.1.8 Toegankelijkheidscriteria

Er zijn geen criteria opgenomen inzake de toegankelijkheid voor personen met een handicap, om de volgende reden

5.1.10 Gunningscriteria

Criterium:	
Type:	Kwaliteit
Naam:	portfolio
Beschrijving:	Kwaliteitsvraag 1: Portfolio Introductie De Haagse Hogeschool neemt momenteel voorstellen van branding- & positioneringsbureaus aan voor een komende aanbesteding. We zijn op zoek naar Inschrijvers met een bewezen staat van dienst in het leveren van hoogwaardige kwaliteit op het gebied van positionering en de ontwikkeling van campagneconcepten. Context Inschrijver dient een portfolio in met projecten die representatief zijn voor de ervaring van Inschrijver op het gebied van merkstrategie, merkhiërarchie, positionering en daaruit voortvloeiende productpositioneringen en campagneconcepten voor diverse doelgroepen. Richtlijnen Samenstelling Het portfolio heeft een gevarieerde selectie van maximaal 3 voltooide projecten waaruit blijkt dat Inschrijver ervaring heeft met de doelgroepen van De HHs (o.a. aankomend studenten, waaronder Gen Z, mbo-doorstromers, internationale en deeltijd studenten, potentiële werknemers, etc.) en waarbij de samenhang tussen de verschillende onderdelen uit de scope van de aanbesteding wordt aangetoond. Inzendingen kunnen het volgende omvatten, maar zijn niet beperkt tot: • Merkhuis • Merkbelofte • Positioneringsmodel en -verhaal • Productpositioneringen • Campagneconcepten • Brand guide Het portfolio beslaat maximaal 15 A4, 15 Powerpointslides inclusief afbeeldingen of 5:00 minuten audiovisuele productie. Meer-pagina's en meer-minuten worden niet meegewogen in de beoordeling. Proces Beschrijf bij ten minste 1 project het proces dat uw bureau heeft doorlopen, inclusief de genomen tussenstappen en gehanteerde modellen. Dit proces moet illustratief zijn voor uw aanpak. De procesbeschrijving beslaat maximaal 2 A4, Arial 10 (of een font van vergelijkbare grootte). Meer-pagina's worden niet meegewogen in de beoordeling.
Criterium:	
Type:	Kwaliteit
Naam:	Samenwerking
Beschrijving:	Kwaliteitsvraag 2: Samenwerking Introductie De Haagse Hogeschool neemt momenteel voorstellen van branding- & positioneringsbureaus aan voor een komende aanbesteding. We zijn op zoek naar Inschrijvers die als strategisch partner voor De HHs optreden. Context Inschrijver dient een proces-/werkbeschrijving in die betrekking heeft op casuïstiek bij een eerdere opdrachtgever. Hieruit blijkt op welke wijze Inschrijver de samenwerking heeft vormgegeven, met als doel de opdrachtgever proactief en op diverse niveaus (van strategische tot operationeel) van advies te voorzien. Richtlijnen Samenstelling De proces-/werkbeschrijving beslaat maximaal 2 A4, Arial 10 (of een font van vergelijkbare grootte). Uit de beschrijving blijkt op welke wijze Inschrijver een advies op maat borgt, opdrachtgevers kan ontzorgen en adviseert over het verkrijgen van draagvlak (intern) op het gebied van branding en positionering. Inzendingen kunnen het volgende omvatten, maar zijn niet beperkt tot: • Uw standaard werkwijze van projectmatig werken • Overleg- en evaluatiemomenten • Samenstelling team dat voor de opdrachtgever werkt • Borgen van kennis en kunde over de opdrachtgever en de branche • Samenwerking met andere leveranciers van opdrachtgever Beoordelingscriteria Kwaliteitsvraag 2 Samenwerking wordt beoordeeld op basis van de volgende criteria: • Kwaliteit: de kwaliteit en volledigheid van de proces-/werkbeschrijving en de wijze waarop continue dienstverlening geborgd wordt • Relevantie voor de eisen, missie en visie van de opdrachtgever: Afstemming van de werkwijze op de specifieke eisen zoals vastgelegd in de aanbesteding.

Rijksoverheid

Criterium:	
Type:	Kwaliteit
Naam:	Brandidentity
Beschrijving:	Kwaliteitsvraag 3: Opbouw merkidentiteit en merkbeleid Kenniscentrum Mission Zero Opdrachtgever De Haagse Hogeschool, Dienst OKC Introductie De Haagse Hogeschool (De HHs), een toonaangevende kennisinstelling die zich inzet op het gebied van onderwijs en onderzoek, zoekt voorstellen van gekwalificeerde branding bureaus om samen te werken aan een verbeterde branding en positionering. Met een rijke geschiedenis en een divers onderwijsaanbod biedt De HHs een levendige en inclusieve leeromgeving voor zowel studenten als professionals. Het doel van deze aanbesteding is het identificeren van een Inschrijver dat in staat is de merkidentiteit van De HHs nieuw leven in te blazen. Inschrijver krijgt de taak om een samenhangende en eigentijdse merkstrategie en positionering te ontwikkelen die aansluit bij de waarden, missie en ambities van de instelling. Context De HHs is een vooraanstaande en veelzijdige kennisinstelling met verschillende organisatieonderdelen, die elk bijdragen aan de algehele reputatie van de instelling. De HHs heeft twee kerntaken: onderwijs geven en praktijkgericht onderzoek uitvoeren. Dat onderzoek draagt bij aan verbetering en vernieuwing van ons onderwijs, de beroepspraktijk en de samenleving. Het onderzoek bij De HHs vindt plaats binnen zes kenniscentra, waaronder verschillende lectoraten (onderzoeksgroepen) vallen. Monolithisch merkbeleid De HHs volgt een monolithisch merkbeleid. Een monolithisch merkbeleid zorgt voor een consistente en herkenbare merkidentiteit, bevordert de efficiëntie en verkleint het risico op merkverwatering. Het versterkt de merkwaarde, vergroot de herkenning en stroomlijnt de communicatie, waardoor een samenhangend en vertrouwd imago voor de organisatie ontstaat. Deze aanpak bevordert strategische afstemming, schaalvoordelen en een uniforme werknemerscultuur, wat bijdraagt aan het algehele succes van het merk. Probleemstelling De HHs volgt een merkbeleid dat consistentie in al haar onderdelen handhaaft. Eén zo'n onderdeel is het Kenniscentrum Mission Zero, dat opereert binnen de grotere structuur van De HHs. In dit kenniscentrum brengen we de expertise van vier lectoraten samen: Energie in Transitie, Circulair Ondernemen, Stedelijk Metabolisme en Innovatienetwerken. In het zeer competitieve landschap van de onderwijssector, met name op het gebied van onderzoek, is het van cruciaal belang dat kenniscentra en lectoraten zich onderscheiden en (de impact van) hun onderzoek onder de aandacht brengen. Kenniscentrum Mission Zero onderkent de noodzaak om zich te onderscheiden en haar positie binnen haar niche te onderstrepen. Daarom hebben het kenniscentrum en elk lectoraat daaronder een sterke wens om een eigen, afwijkende, onderscheidende merkidentiteit te voeren. De wens om onderscheidend te zijn is extern gericht (doelgroepen: samenwerkingspartners, financiers, andere kennisinstellingen, etc), maar ook intern. De HHs is een grote organisatie en men heeft het gevoel ondergesneeuwd te raken in alle andere initiatieven binnen de kennisinstelling. Een eigen identiteit staat echter op gespannen voet met ons monolithisch merkenbeleid. Doelstelling Het primaire doel van deze opdracht is het vinden van een oplossing waarmee Kenniscentrum Mission Zero en de vier lectoraten hun eigenheid kunnen laten zien, met respect voor het merkenbeleid van De HHs. Gewenst resultaat is een merkstrategie en een communicatieaanpak. De HHs zal de oplossingsrichting van Inschrijver niet een-op-een implementeren in de praktijk. Richtlijnen De HHs ziet graag een voorstel, advies en proces-/werkbeschrijving van de Inschrijver, waarin hun begrip van de opdrachtvereisten, de aanpak van merkontwikkeling en relevante ervaring uiteengezet worden. Ga in ieder geval in op: • Hoe kunnen we dit vraagstuk van het kenniscentrum en de lectoraten oplossen binnen het monolithische merkenbeleid? • Hoe ontwikkel je een strategie die Kenniscentrum Mission Zero en de vier lectoraten niet alleen onderscheidt van de concurrentie, maar ook hun unieke waarde propositie communiceert naar zowel (samenwerking)partners als studenten. • Welke oplossingen werken en waarom? • Hoe zorg je ervoor dat de voorgestelde oplossing voldoet aan de richtlijnen van De HHs en haar wens voor een samenhangend imago voor de hele instelling? • Welke impact heeft de voorgestelde oplossing voor andere onderdelen van de organisatie en op het merkenbeleid?
Criterium:	
Type:	Kwaliteit
Naam:	Productpositionering

Rijksoverheid

Beschrijving:	Kwaliteitsvraag 4: Productpositionering Introductie De Haagse Hogeschool neemt momenteel voorstellen van branding- & positioneringsbureaus aan voor een komende aanbesteding. We zijn op zoek naar Inschrijvers met een bewezen staat van dienst in het leveren van hoogwaardige kwaliteit op het gebied van positionering en ontwikkeling van campagneconcepten. Context De HHs is een vooraanstaande en veelzijdige kennisinstelling met verschillende organisatieonderdelen, die elk bijdragen aan de algehele reputatie van de instelling. De HHs heeft twee kerntaken: onderwijs geven en praktijkgericht onderzoek uitvoeren. Het ontwikkelen van ons opleidingsaanbod is een continu proces. Hierbij staat de aansluiting op de vragen en wensen van, en de herkenbaarheid voor, onze doelgroepen centraal. Zo komt het voor dat wij nieuwe opleidingen in de markt introduceren of dat wij een opleiding moeten herpositioneren omdat deze niet meer onderscheidend is in de markt. Op deze momenten zoeken wij een partner die ons kan helpen met de (her)positionering van een opleiding. Probleemstelling specifieke opleiding De opleiding HBO-V (verpleegkunde) van De HHs heeft sinds een aantal jaar een teruglopende instroom. Het marketingteam, en specifiek de marketingadviseur van de faculteit, heeft gemeten dat er niet minder webpaginabezoekers op de opleidingspagina van de opleiding komen. Ook heeft de opleiding geen specifieke imagoproblemen. Wel ziet hij dat de instroom bij opleidingen HBO-V van andere onderwijsinstellingen niet terugloopt. De marketingadviseur van de faculteit heeft de concurrenten van deze opleiding geanalyseerd en ziet bij hen een meer onderscheidende keuze in een bepaald uitstroomprofiel van de opleiding. Op advies van de marketingadviseur wordt een (her)positioneringstraject aanbevolen voor de opleiding HBO-V, om zo de opleiding duidelijker te onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. Deze vraag wordt bij de Inschrijver neergelegd. Richtlijnen De HHs ziet graag een voorstel voor het proces en de werkwijze van de Inschrijver, waarin het begrip van de opdrachtvereisten, de aanpak van productpositionering en relevante ervaring uiteengezet worden. Ga hierbij in ieder geval in op de volgende vragen. 1. Hoe ziet de werkwijze eruit voor dit positioneringstraject, met een duidelijk begin- en eindpunt? 2. Welke hoofdonderdelen/fases ziet Inschrijver terugkomen binnen dit positioneringstraject? 3. Welke strategische overwegingen neemt Inschrijver mee in dit traject? 4. Welke werkvormen ziet Inschrijver terugkomen binnen dit positioneringstraject? 5. Wat heeft Inschrijver van De HHs nodig om het traject succesvol te doorlopen? 6. Hoe betrekt Inschrijver stakeholders binnen De HHs bij het traject en hoe wordt voor draagvlak gezorgd? 7. Wat kan Inschrijver zeggen over de doorlooptijd van een dergelijk positioneringstraject? 8. Wat zijn de deliverables van dit positioneringstraject? 9. Welke kansen en risico's ziet Inschrijver voor implementatie? Gebruik voor de beantwoording maximaal 3 x A4, Arial 10 punt of maximaal 15 PowerPointslides (incl. afbeeldingen). Wanneer Inschrijver meer pagina's gebruikt, worden de meer pagina's niet meegewogen in de beoordeling.

5.1.12 Voorwaarden van de aanbesteding

Informatie over de termijnen voor beroep:	zie aanbestedingsdocument

5.1.15 Technieken

Raamovereenkomst:

Raamovereenkomst, zonder hernieuwde oproep tot mededinging

Informatie over het dynamische aankoopsysteem:

Geen dynamisch aankoopsysteem

5.1.16 Nadere inlichtingen, bemiddeling en evaluatie

Bemiddelingsorganisatie:	Arrondissement Den Haag
Organisatie voor beroepsprocedures:	Arrondissement Den Haag
Organisatie die informatie verstrekt over de voorschriften die op de plaats van de verrichtingen gelden inzake belasting:	Arrondissement Den Haag

Rijksoverheid

Organisatie die informatie verstrekt over de voorschriften die op de plaats van de verrichtingen gelden inzake milieubescherming:	Arrondissement Den Haag
Organisatie die nadere inlichtingen over de aanbestedingsprocedure verstrekt:	Stichting Hogerberoepsonderwijs Haaglanden
Organisatie die offlinetoegang verleent tot de aanbestedingsstukken:	Stichting Hogerberoepsonderwijs Haaglanden
Organisatie die meer informatie geeft over beroepsprocedures:	Arrondissement Den Haag
Organisatie waarvan het budget wordt gebruikt om voor de opdracht te betalen:	Stichting Hogerberoepsonderwijs Haaglanden
Organisatie die de betaling uitvoert:	Stichting Hogerberoepsonderwijs Haaglanden

6. Resultaten

Waarde van alle contracten toegekend in deze kennisgeving:	480 000 Euro
Maximumwaarde van de raamovereenkomsten in deze procedure:	480 000 Euro
Waarde bij benadering van de raamovereenkomsten:	480 000 Euro

6.1 ID resultaat perceel: LOT-0000

Er is ten minste één winnaar gekozen.

Raamovereenkomst:

Maximumwaarde van de raamovereenkomst:	480 000 Euro
Opnieuw geraamde waarde van de raamovereenkomst:	480 000 Euro

6.1.2 Informatie over winnaars

Winnaar:

Officiële naam:	GH+O

Inschrijving:

Identificatiecode van de inschrijving:	T69373
Identificatiecode van het perceel of de groep percelen:	LOT-0000

De inschrijving is

Rijksoverheid

gerangschikt:	neen
De inschrijving is een variant:	neen
Waarde onderaanneming is bekend:	neen
Percentage onderaanneming is bekend:	neen

Informatie over het contract:

Identificatiecode van het contract:	Raamovereenkomst
Titel:	Raamovereenkomst Branding en Positionering De Haagse Hogeschool
Datum waarop de winnaar is gekozen:	30/05/2024
Datum van sluiting van het contract:	28/06/2024
De opdracht wordt gegund in het kader van een raamovereenkomst:	neen

6.1.4 Statistische informatie

Ontvangen inschrijvingen of verzoeken tot deelname:

Type van de ontvangen inschrijvingen:	Elektronisch ingediende inschrijvingen
Aantal ontvangen inschrijvingen of verzoeken tot deelname:	10

Bereik van de inschrijvingen:

Waarde van de laagste ontvankelijke inschrijving :	256 725 Euro
Waarde van de hoogste ontvankelijke inschrijving :	359 000 Euro

8. Organisaties

8.1 ORG-0001

Officiële naam:	Stichting Hogerberoepsonderwijs Haaglanden
Registratienummer:	27255912
Postadres:	Johanna Westerdijkplein 75
Stad:	's-Gravenhage
Postcode:	2521EN
Land:	Nederland
Contactpunt:	Marleen Tetteroo
E-mail:	M.Tetteroo@hhs.nl
Telefoon:	+31639077937
Internetadres:	https://www.dehaagsehogeschool.nl

Rollen van deze organisatie:

Koper

Organisatie die nadere inlichtingen over de aanbestedingsprocedure verstrekt

Rijksoverheid

Organisatie die offlinetoegang verleent tot de aanbestedingsstukken

Organisatie waarvan het budget wordt gebruikt om voor de opdracht te betalen

Organisatie die de betaling uitvoert

8.1 ORG-0002

Officiële naam:	Arrondissement Den Haag
Registratienummer:	8296175
Postadres:	Prins Clauslaan 60
Stad:	DEN HAAG
Postcode:	2595 AJ
Land:	Nederland
E-mail:	info@rechtspraak.nl
Telefoon:	003188622200
Internetadres:	https://www.rechtspraak.nl/

Rollen van deze organisatie:

Organisatie voor beroepsprocedures

Organisatie die meer informatie geeft over beroepsprocedures

Bemiddelingsorganisatie

Organisatie die informatie verstrekt over de voorschriften die op de plaats van de verrichtingen gelden inzake belasting

Organisatie die informatie verstrekt over de voorschriften die op de plaats van de verrichtingen gelden inzake milieubescherming

8.1 ORG-0003

Officiële naam:	GH+O

De organisatie is een natuurlijk persoon

Registratienummer:	01075207
Postadres:	Nieuwstraat 31
Stad:	Leiden
Postcode:	2312 KA
Onderverdeling land (NUTS):	Agglomeratie Leiden en Bollenstreek (NL337)
Land:	Nederland
Contactpunt:	de heer P. Klaassen
E-mail:	info@ghocommunicatie.nl
Telefoon:	(058) 299 11 55
Internetadres:	https://www.gho.nl

Rollen van deze organisatie:

Inschrijver

Winnaar van deze percelen:	LOT-0000

11. Informatie over een aankondiging

11.1 Informatie over een aankondiging

Identificatiecode/versie van de aankondiging:	c36a0240-14af-4946-9fce-1299e18b349f - 01
Type formulier:	Resultaat
Type aankondiging:	Aankondiging van een gegunde opdracht of concessie – standaardregeling
Verzenddatum van de aankondiging:	01/07/2024 07:49 +00:00

Aankondiging datum

Rijksoverheid

verzending (eSender):	01/07/2024 07:49 +00:00
Talen waarin deze aankondiging officieel beschikbaar is:	Nederlands

11.2 Informatie over de bekendmaking

Rijksoverheid