

Algemene informatie

Aanbesteding: Campagnes voor Brainport Bereikbaar
Aanbestedende Dienst: Gemeente Eindhoven
Referentie: C1000002423

Toelichting:

Vraag en antwoord

Ref.nr.	Onderwerp:
1	Beschrijvend document 3.8.1

Vraag:

Bij kerncompetentie 2 wordt verwezen naar opdrachtschrijving 2.1.1 voor overheden en bedrijven. Wij kunnen deze verwijzing niet goed plaatsen. Wordt hier verwezen naar een niet meegeleverd extern document of naar paragraaf 2.1.1. in het beschrijvend document? Kunt u de opdrachtschrijving waar u op doelt helder omschrijven?

Antwoord:

“Onder paragraaf 2.1.1 van het Beschrijvend Document staat de huidige opdrachtschrijving, waaronder: “Aanbestedende Dienst wil met onderhavige Opdracht campagnes voor diverse projecten in de markt zetten waarmee het reisgedrag van de mensen in de Brainportregio beïnvloed wordt.”. Met de verwijzing onder Kerncompetentie 2 bedoelen we dus dat Opdrachtnemer aantoonbare ervaring moet hebben opgedaan met vergelijkbare campagnes als de campagnes die we nu uitvragen.”

Percelen:	P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op:	17 apr. 2024
Label:	Inhoud

Ref.nr.	Onderwerp:
2	Bijlage 6 Prijzenblad

Vraag:

Voor de genoemde functies binnen de 3 categorieën, hanteren wij wisselende tarieven. Als voorbeeld: een senior strateeg kent een ander tarief dan een senior copywriter. Hetzelfde geldt voor een junior adviseur t.o.v. een DTP-er. Wenst opdrachtgever hier een gemiddeld tarief terug te zien? En/of wordt verwacht dat we bij gunning uitsluitend met de 3 opgegeven tarieven werken?

Antwoord:

Opdrachtgever houdt vast aan de indeling op het prijzenblad. De tarieven die u invult zijn maximum tarieven en zijn tevens de 3 tarieven die gehanteerd worden bij elke afzonderlijke opdracht. Uiteraard staat het opdrachtnemer vrij om in de praktijk bij elke afzonderlijke opdracht lagere tarieven aan te bieden.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr. 3
Onderwerp: Beschrijvend document 3.8.1

Vraag:

Wij zijn voornemens in te schrijven met een onderaannemer die 1 van de kerncompetenties aanlevert. Hoe gaan we om met ondertekening van bijlage 5? Is het voldoende als onze naam en handtekening als Inschrijver daar onder staat?

Antwoord:

Akkoord voor wat betreft uw ondertekening van bijlage 5. Maar let op: u dient eveneens een door de onderaannemer ondertekend UEA in te dienen.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr. 4
Onderwerp: Beschrijvend document 3.8.1

Vraag:

Is er een restrictie aan de omvang in aantal A4 of woorden van de referenties en daarmee aan Bijlage 5?

Antwoord:

U dient uw omschrijving van de aard van de opdracht binnen het daarvoor bestemde vlak in het formulier (per kerncompetentie) weer te geven. Dat houdt dus in dat u per kerncompetentie in totaal 1 A4 ter beschikking heeft. Invulling zal dus kort en kernachtig dienen te zijn.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 18 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr.

5

Onderwerp:

Bijlage 5 - ervaring

Vraag:

Wat verstaat u onder 'afnemende dienst' bij het onderdeel projectgegevens?

Antwoord:"Hiermee wordt de opdrachtgevende instantie bedoeld."
"**Percelen:**

P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op:

18 apr. 2024

Label:

Inhoud

Ref.nr.

6

Onderwerp:

Beschrijvend document 3.8.1

Vraag:

U vraagt voor kerncompetentie 2 aantoonbare ervaring met vergelijkbare campagnes als in 2.1.1. Betekent dit dat we ervaring moeten aantonen met campagnes rondom (projecten ihkv) mobiliteit of mag dit ook over andere maatschappelijke thema's gaan?

Antwoord:

Dit mag ook over andere maatschappelijke thema's gaan, zolang het maar wel gaat over het realiseren van gedragsverandering met campagnes ten behoeve van een maatschappelijk doel.

Percelen:

P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op:

18 apr. 2024

Label:

Inhoud

Ref.nr.

7

Onderwerp:

Media inkoop

Vraag:

Zijn er prijsafspraken met vaste partijen via Gemeente Eindhoven?

Antwoord:

Nee

Percelen:

P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op:

19 apr. 2024

Label:

Inhoud

Ref.nr.
8

Onderwerp:
Onderzoek

Vraag:

Een beknopte op wetenschappelijk (literatuur)onderzoek gebaseerde gedragsaanpak, waarin de werkzame componenten beschreven zijn die gaan zorgen voor gedragsverandering. Heeft Brainport data voor een 0-meting of moeten wij dat volledig uit handen nemen?

Antwoord:

"Alles wat nodig is om de gedragsverandering aan te kunnen tonen, behoort tot de opdracht. Dus als een 0-meting daarvoor nodig is, dan is het aan Opdrachtnemer om dit te verzorgen. Brainport Bereikbaar heeft een Team Monitoring & Evaluatie en een Team Structurele Gedragsverandering. De metingen vinden in afstemming met hen plaats.
"

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr.
9

Onderwerp:
Beschrijvend document 3.8.1

Vraag:

Gedragsexpertise op universitair niveau: vallen daar ook opleidingen als sociale wetenschappen, modules van communicatie en/of postdoctorale opleiding verandermanagement onder? Kunnen jullie voorbeelden van opleidingen geven die volgens jullie in aanmerking komen?

Antwoord:

De genoemde voorbeelden voldoen niet aan de eisen, we zoeken iemand die primair gedragsexpert is. Voorbeelden van opleidingen die wel voldoen zijn: sociale psychologie (bachelor en master), gedragsverandering (master), persuasieve communicatie (master), gedragseconomie (master).

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr.
10

Onderwerp:
Beschrijvend document 2.1.8

Vraag:

Onder 2.1.8: taal is Nederlands. In welke taal/talen worden campagnes uitgerold, gezien het internationale karakter van deze regio?

Antwoord:

"De taal is wat ons betreft niet leidend, maar het effect. Dus de taal waarmee we de meeste gedragsverandering realiseren moet worden gekozen. We verwachten dat de campagnes grotendeels in het Nederlands worden uitgerold. Maar mocht er een campagne gericht worden op expats bijvoorbeeld, dan is de voertaal logischerwijs Engels.
"

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Uitvoering

Ref.nr.
11

Onderwerp:
Beschrijvend document 2.1.6

Vraag:

Onder 2.1.6, fase 1: effectmeting: Laat het bureau (opdrachtnemer) deze uitvoeren of doen jullie dat zelf?

Antwoord:

Dat doet Opdrachtnemer.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Uitvoering

Ref.nr.
12

Onderwerp:
Beschrijvend document 2.1.6

Vraag:

In 2.1.6. worden bereikcijfers van de campagne genoemd. Wat was het budget voor media inkoop bij deze campagne en wat was de looptijd?

Antwoord:

Dit zijn gegevens die opdrachtgever op dit moment niet wil delen.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr.

Onderwerp:

13 Beschrijvend document 2.1.6

Vraag:

De eerdere campagne (Geef jezelf meer lucht. Geef de regio meer ruimte) wordt als overkoepelend uitgangspunt genomen. Kan dit verder geconcretiseerd worden: van welke elementen van deze campagne kan niet worden afgeweken?

Antwoord:

"Het hanteren van Brainport Bereikbaar als afzender is een vereiste, hiervan kan niet worden afgeweken. Op andere onderdelen kan wel worden afgeweken, mits goed onderbouwd. Het heeft omwille van herkenbaarheid en de eerder behaalde resultaten onze voorkeur om verder te bouwen op het concept ""lucht"". Dat werd ingezet als incentive om automobilisten te verleiden om anders te reizen.
"

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr. 14 **Onderwerp:** Beschrijvend document 2.1.5

Vraag:

De doelen door Brainport Bereikbaar geformuleerd zijn: 8000 ritten structureel per dag verduurzaamd, 7400 ritten structureel per dag vermeden, 4000 filemijdingen structureel per dag gerealiseerd. Hoeveel ritten per dag in totaal voorzien jullie voor eind 2027?

Antwoord:

We voorzien circa 890.000 autoritten per dag in 2027, als we geen actie ondernemen. Let op: dit is een grove schatting op basis van de beschikbare data.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 23 apr. 2024
Label: Inhoud

Ref.nr. 15 **Onderwerp:** Beschrijvend document 2.1.5

Vraag:

Het programma Brainport Bereikbaar loopt tot eind 2027 volgens ambitie, de geformuleerde doelen gaan tot 2030 (zie 2.1.5). Waarom loopt Brainport

Bereikbaar eerder af?

Antwoord:

De looptijd van het programma is nog onduidelijk, dit kan korter of langer dan tot eind 2027 duren. We verwachten echter niet dat de mobiliteitstransitie in 2027 al volbracht is.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op: 19 apr. 2024

Label: Inhoud

Ref.nr.

16

Onderwerp:

Aanspreekpunt

Vraag:

Opdrachtgever is gemeente , campagnes gaan onder de vlag van Brainport Bereikbaar. Wie is ons aanspreekpunt op accountniveau en wie op projectniveau?

Antwoord:

De projectleider Marketing & Communicatie van Brainport Bereikbaar is aanspreekpunt op zowel account- als projectniveau.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op: 19 apr. 2024

Label: Proces

Ref.nr.

17

Onderwerp:

Pagina 6, 2.1.6. Voorgaande campagne

Vraag:

U schrijft dat het uw ambitie is om de ‘overkoepelende gedragscampagne’ als uitgangspunt te nemen voor de nieuwe campagnes en dat hier vanaf geweken mag worden, indien onderbouwd kan worden dat het de resultaten ten goede komt. Onze vraag: Welke specifieke criteria of bewijsstukken zijn vereist om een afwijkende aanpak van de voorgestelde campagne te rechtvaardigen?

Antwoord:

Het meest voor de hand liggend is het uitvoeren van een pre-test, waarmee wordt aangetoond dat het door u voorgestelde concept waarschijnlijk tot meer gedragsverandering leidt dan de voorgaande campagne.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op: 19 apr. 2024

Label: Inhoud

Ref.nr.

18

Onderwerp:

Pagina 7, 2.1.6. Fasen per campagne

Vraag:

U beschrijft 3 fasen per campagne. Er wordt hier een aantal keer verwezen naar het meten van de resultaten. In de toelichting wordt niet gerefereerd naar een nulmeting. Onze vraag: Wat is uw visie hierop?

Antwoord:

In onze ervaring is een 0-meting vrijwel altijd nodig om gedragsverandering te kunnen meten en dat dit in de meeste gevallen dus bij het meetplan hoort.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op: 19 apr. 2024

Label: Inhoud

Ref.nr.

19

Onderwerp:

Pagina 6, 2.1.6. Voorgaande campagne

Vraag:

In hoeverre staan we vrij om af te wijken van de aanpak van de voorgaande campagne "Geef jezelf meer lucht. Geef de regio meer lucht"? Zijn er specifieke elementen van de vorige campagne die behouden moeten blijven?

Antwoord:

Zie het antwoord op vraag 13.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar

Beantwoord op: 19 apr. 2024

Label: Inhoud

Ref.nr.

20

Onderwerp:

Pagina 19, 4.2.1. Gunningscriterium K1 CASUS

Vraag:

Is de onderbouwing in de toelichting Gunningscriterium K1 één van de uit te voeren campagnes 2024 (2 tot 3 per jaar), of dient deze als voorbeeld of aanvullende campagne (gezien het genoemde budget van 75.000 euro)?

Antwoord:

De casus zoals omschreven onder 4.2.1. is een fictieve casus. We zijn niet van plan deze campagne komend jaar daadwerkelijk uit te rollen. Het budget

geeft wel een realistische indicatie van het budget dat per campagne beschikbaar is, namelijk 200.000 euro per jaar verdeeld over 2 of 3 campagnes.

Percelen: P1 Campagne Brainport Bereikbaar
Beantwoord op: 19 apr. 2024
Label: Inhoud