

SCHRIFTELIJKE MARKTCONSULTATIE

DIGITAL EXPERIENCE

2025/IDT/27983
TN 506051

Instituut/Dienst
Naam auteur(s)
Functie auteur(s)
Verantwoordelijk directeur
Datum
Versie

Informatievoorziening en Digitale Transformatie (IDT)
Newar Gully en Karima Ouahrani-Bouanani
Senior Inkoopadviseur
Anjo van Kelckhoven
08 januari 2025
1.0

INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding	3
1.1.	Hogeschool Rotterdam	3
1.2.	Aanleiding en doelstelling van de marktconsultatie	4
2.	Beschrijving van de Opdracht	7
2.1.	Scope	7
2.2.	Uitgangspunten	8
2.3.	Huidige en gewenste situatie van het digital experience platform	9
3.	Het verloop van de marktconsultatie	12
3.1.	Wie kan deelnemen aan de marktconsultatie?	12
3.2.	Planning	12
3.3.	Procedure van de marktconsultatie	12
3.3.1.	Stellen van schriftelijke vragen door partijen/nadere inlichtingen	12
3.3.2.	Indienen reactie op marktconsultatiedocument door partijen	13
3.3.3.	Presentatie/Mondelinge toelichting door partijen	13
3.3.4.	Verduidelijkingsvragen	13
3.3.5.	Publiceren bevindingen marktconsultatie	13
3.4.	Voorwaarden	13
3.5.	Contactgegevens	14
4.	Bijlagen	15

1. Inleiding

1.1. Hogeschool Rotterdam

Over Hogeschool Rotterdam

Bij Hogeschool Rotterdam (HR) studeren bijna 40.000 studenten en zijn meer dan 4.500 medewerkers werkzaam. Het opleidingsassortiment bestaat uit een breed aanbod in alle onderwijssectoren, met uitzondering van de agrarische sector. Het onderwijs is nauw verweven met de grootstedelijke ontwikkelingen in de regio Rotterdam.

Onze opdracht

Hogeschool Rotterdam leidt elke student op tot een professional die een waardevolle bijdrage levert aan de maatschappij. Dat doet de hogeschool in Rotterdam, een internationale en grootstedelijke context. In alles wat wij doen gaan we uit van gelijkwaardigheid, bevorderen we wederzijds respect en werken we emancipatiegericht.

Onze visie

Elke student verdient het best mogelijk hoger beroepsonderwijs. Onderwijs waarbij de student gezien en gekend wordt, gelijke kansen krijgt en wordt uitgedaagd het beste uit zichzelf te halen. Docenten, onderzoekers en professionals uit het werkveld leren met en van elkaar om de student van actueel en uitdagend onderwijs te voorzien. Met een diploma van Hogeschool Rotterdam is elke student klaar voor de wereld van morgen.

Duurzaamheid

Hogeschool Rotterdam hecht veel waarde aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) en streeft naar verdere verduurzaming van de bedrijfsvoering. Op de webpagina [Duurzaam - Hogeschool Rotterdam](#) is deze visie na te lezen. Bovendien heeft Hogeschool Rotterdam het Manifest Sustainable Procurement ondertekend met als doel om de keten verder te verduurzamen.

Meer informatie over Hogeschool Rotterdam is terug te vinden op www.hogeschoolrotterdam.nl/hogeschool/over-ons/

1.2. Aanleiding en doelstelling van de marktconsultatie

De Hogeschool Rotterdam (HR) staat voor een aantal grote uitdagingen, waaronder een dalende instroom van studenten, een krappe arbeidsmarkt en een groeiende behoefte aan samenwerking met andere organisaties. Deze uitdagingen vloeien voort uit de ambities die zijn vastgesteld in de strategische agenda 2028. Tegelijkertijd veranderen de verwachtingen van gebruikers ten aanzien van digitale kanalen. HR wil door middel van een verbeterde digitale ervaring haar publieke marketing- en communicatieactiviteiten effectiever maken, om zo beter in staat te zijn haar wervings- en retentiedoelstellingen te behalen. Op dit moment verliest de hogeschool studenten door het gebrek aan volgmogelijkheden vanaf de eerste kennismaking op een beurs tot aan het daadwerkelijk studeren. Dat moet worden verbeterd.

Om dit te realiseren is het noodzakelijk om het huidige Digital Experience Platform ¹(DXP) te vernieuwen, aan te vullen en te optimaliseren.

Het huidige DXP biedt onvoldoende ondersteuning voor de gewenste gepersonaliseerde en consistente ervaringen. Daarnaast benut HR op dit moment de mogelijkheden van data-gedreven inzichten niet ten volle.

In essentie is het doel om de digitale interactie met studenten, medewerkers en partners te optimaliseren. Het toekomstige DXP moet HR in staat stellen om haar marketing- en communicatiestrategieën verder te verfijnen en interne processen efficiënter in te richten. Bovendien moet het toekomstige DXP de inzet van nieuwe technologieën mogelijk maken, zoals cloud-gebaseerde oplossingen, zodat het platform toekomstbestendig is en gemakkelijk nieuwe trends kan integreren.

Sinds 2019 werkt HR aan verbeteringen binnen de studentreis (bijlage 3), die is opgedeeld in de fasen: student worden, student zijn en student blijven. Dankzij deze inspanningen ervaren studenten nu een consistentere en meer persoonlijke benadering. Het toekomstige DXP moet verdere verbeteringen binnen deze studentreis ondersteunen. Op termijn zal het platform ook worden ingezet voor medewerkers en partners. Het DXP vormt de basis voor deze aanpak en is bedoeld om via alle digitale communicatiekanalen een herkenbare merkervaring te bieden.

HR wil optimaal gebruikmaken van de mogelijkheden die de markt biedt en daarbij belangrijke aandachtspunten vanuit de sector meenemen. Met deze marktconsultatie streeft HR naar:

- **Inzicht in oplossingsrichtingen:**
Een helder beeld krijgen van mogelijke oplossingen en hoe marktpartijen hieraan kunnen bijdragen.
- **Input voor aanbestedingsstrategie en contractvorming:**
De input zal bijdragen aan de inrichting van de aanbestedingsstrategie, contractvorm en contractuitvoering.
- **Betrokkenheid van partijen:**

¹ Een Digital Experience Platform (DXP) is voor HR een samenstelling van geïntegreerde technologische componenten. Niet een oplossing of platform. Het stelt HR in staat om digitale ervaringen te creëren, beheren, leveren en optimaliseren over verschillende digitale kanalen. Het is de infrastructuur en tools die hiervoor nodig is.

Door deze consultatie wil HR zoveel mogelijk partijen interesseren en stimuleren om mee te denken.

- **Inzicht in kostenopbouw en business case:**

Begrip krijgen van de kostenstructuur en de financiële haalbaarheid van verschillende oplossingen.

De marktconsultatie is een waardevol instrument om de aanbestedingsstukken met actuele marktinzichten op te stellen. Dit document beschrijft hoe de marktconsultatie wordt uitgevoerd en welke voorwaarden van toepassing zijn.

Uitnodiging aan marktpartijen voor presentaties

HR nodigt marktpartijen uit om een presentatie te geven over producten en diensten die aansluiten op deze uitvraag. Naast een overzicht van beschikbare oplossingen wil HR specifiek inzicht krijgen in de volgende thema's:

1. Visie op de DXP-markt:

HR zoekt een breed overzicht van trends, ontwikkelingen en toekomstverwachtingen binnen de DXP-markt. Wat zijn volgens uw organisatie de essentiële functionaliteiten voor de toekomst? Hoe speelt uw organisatie in op veranderende gebruikerswensen?

2. Visie op DXP-architectuur:

HR ziet een DXP als een set van technologische componenten die een consistente en gepersonaliseerde digitale ervaring bieden. Het platform hoeft geen enkel systeem te zijn, maar kan bestaan uit een combinatie van systemen. Omdat HR sommige componenten al in huis heeft, maar andere mist of opnieuw moet aanbesteden, is een herziening van het huidige landschap nodig.

- Wat zijn uw aanbevelingen voor de toekomstige architectuur?
- Welke overwegingen moeten worden gemaakt, zoals de keuze voor een headless CMS, de inzet van een product informatiemanagementsysteem (PIM), en het gebruik van AI?
- Is het beter om één systeem te gebruiken of een combinatie van systemen?

3. Visie op business capabilities voor DXP:

Welke vereisten zijn nodig om de voorgestelde digitale architectuur effectief te beheren? Geef specifiek aandacht aan:

- Personeelsbezetting en rollen;
- Vereiste kennis en vaardigheden;
- Niveaus van expertise en benodigde opleidingen.
- Investerings- en terugkerende kosten:

Geef een overzicht van de initiële investeringen en de terugkerende kosten. Zorg ook voor een duidelijke weergave van de kostenstructuur.

Deelname aan de marktconsultatie

Deelname aan deze consultatie biedt marktpartijen een kans om vroegtijdig inzicht te krijgen in de criteria en aandachtspunten die HR zal hanteren bij de aanbesteding en de opstelling van het latere Programma van Eisen (PvE). Deelname is geheel vrijblijvend en heeft geen invloed op de positie van partijen in het aanbestedingsproces.

Marktpartijen moeten duidelijk aangeven welke informatie bedrijfsvertrouwelijk is; deze informatie wordt niet openbaar gemaakt. De inzichten uit deze consultatie worden verwerkt in de aanbestedingsdocumenten om een gelijk speelveld voor alle partijen te garanderen. Een verslag op hoofdlijnen van de consultatie zal worden gepubliceerd op TenderNed.

Hogeschool Rotterdam behoudt zich het recht voor om zelf te kiezen welke partijen uitgenodigd worden voor de mondelinge toelichting, afhankelijk van het aantal aanmeldingen en interne capaciteit van de Hogeschool volgen maximaal acht deelnemers uit te nodigen.

2. Beschrijving van de Opdracht

2.1. Scope

Deze marktconsultatie richt zich specifiek op de vereisten voor het Digital Experience Platform (DXP) in de fase “worden”. Dit betreft het ondersteunen van digitale wervingsactiviteiten binnen de studentreis en de wervingsactiviteiten gericht op medewerkers en partners.

De belangrijkste onderdelen binnen deze DXP-scope zijn:

- **Personalisatie en relevantie:**
Het platform moet geavanceerde personalisatiemogelijkheden bieden om communicatie en interactie af te stemmen op de specifieke behoeften en voorkeuren van individuele gebruikers. Het gebruik van AI (kunstmatige intelligentie) en machine learning kan hierbij een belangrijke rol spelen om deze personalisatie te optimaliseren.
- **Omnichannel-functionaliteit:**
Het DXP moet een consistente Gebruikerservaring garanderen op verschillende digitale kanalen, waaronder de websites van de instelling, de studentenapp en mogelijke toekomstige kanalen die worden toegevoegd aan het DXP-ecosysteem. Dit vereist:
 1. Een centrale bron voor contentbeheer, onafhankelijk van specifieke kanalen.
 2. Functionaliteiten die zorgen voor een uniforme uitstraling (look and feel) op alle kanalen.
- **Efficiëntie en interne verbeteringen:**
Naast het verbeteren van de Gebruikerservaring moet het DXP bijdragen aan efficiëntere interne processen en communicatie. Denk hierbij aan integratie met bestaande systemen, zoals het CRM-systeem, om naadloze en geautomatiseerde workflows te creëren.

Buiten scope:

De volgende aspecten vallen **buiten** de scope van deze consultatie:

- De (door)ontwikkeling van digitale kanalen, zoals de website, studentenapp, sociale media, en mogelijke toekomstige kanalen.

2.2. Uitgangspunten

De uitgangspunten voor dit project zijn gebaseerd op de strategische doelen van Hogeschool Rotterdam en sluiten aan bij de behoefte aan een flexibele en toekomstbestendige digitale infrastructuur:

- **Toekomstbestendig en veerkrachtig:**
Het DXP moet niet alleen voldoen aan de huidige eisen en verwachtingen van gebruikers, maar ook voorbereid zijn op toekomstige ontwikkelingen en technologische innovaties. Het platform moet in staat zijn nieuwe functionaliteiten en technologieën te integreren zonder dat hiervoor ingrijpende herstructureringen nodig zijn.
- **Data-gedreven besluitvorming:**
Data moet centraal worden beheerd, zodat het gedrag en de behoeften van gebruikers inzichtelijk worden. Dit stelt de Hogeschool in staat om beter onderbouwde beslissingen te nemen, bijvoorbeeld voor marketingactiviteiten, studentenwerving en het verbeteren van dienstverlening. Data-analyse speelt hierin een cruciale rol.
- **Inclusiviteit en toegankelijkheid:**
De digitale ervaring moet voor iedereen toegankelijk zijn, ongeacht technische vaardigheden of persoonlijke omstandigheden. Het platform moet gebruiksvriendelijk zijn en voldoen aan de kernwaarde van inclusiviteit, zodat iedere gebruiker toegang heeft tot de ondersteuning en functionaliteit die hij of zij nodig heeft.
- **Veiligheid en privacy:**
Het platform werkt met persoonsgegevens en moet daarom voldoen aan alle relevante privacywetgeving, zoals de GDPR. Daarnaast moet het beschikken over robuuste beveiligingsprotocollen om de veiligheid van gegevens te garanderen en risico's op datalekken te minimaliseren.

Deze uitgangspunten worden beoordeeld en getoetst aan de hand van de vragen die gesteld worden aan de deelnemende partijen in deze marktconsultatie:

<https://forms.office.com/e/3MYUGaGxHc?origin=lprLink>

2.3 Huidige en gewenste situatie van het digital experience platform

Het gewenste Digital Experience Platform (DXP) voor de Hogeschool Rotterdam is een geïntegreerde, gebruikersgerichte omgeving die consistent, gepersonaliseerd en flexibel is. Dit sluit aan bij de strategische doelen van de hogeschool en de behoefte aan een toekomstbestendige digitale infrastructuur. De gewenste kenmerken van het DXP zijn als volgt:

Consistent

Gebruikers moeten, ongeacht het kanaal, een uniforme en hoogwaardige ervaring hebben. Dit betekent dat de kwaliteit en relevantie van de aangeboden content en interacties consistent blijven, ongeacht of de gebruiker:

- De website bezoekt,
- De mobiele app gebruikt,
- Of via sociale media met de organisatie communiceert.

Gepersonaliseerd

Het DXP moet bezoekers herkennen en begrijpen door gebruik te maken van gedragsdata en eerdere interacties. Hierdoor kan content en communicatie nauwkeurig worden afgestemd op de specifieke behoeften en voorkeuren van individuele gebruikers.

Flexibel

Het platform moet gemakkelijk aanpasbaar zijn om in te spelen op veranderende omstandigheden. De flexibiliteit omvat:

- **Schaalbaarheid:** Het DXP moet probleemloos kunnen meegroeien wanneer gebruikersaantallen en verkeer toenemen.
- **Integratiemogelijkheden:** Het platform moet eenvoudig te integreren zijn met andere systemen, zonder complexe technische barrières.
- **Snelle implementatie:** Nieuwe functionaliteiten of aanvullingen moeten snel en efficiënt kunnen worden uitgerold.
- **Toevoeging van functies:** Het DXP moet mogelijkheden bieden om functionaliteiten eenvoudig toe te voegen op basis van nieuwe behoeften.

Naadloze gebruikerservaring

Het gewenste DXP biedt een naadloze ervaring over alle digitale kanalen, zoals:

- Websites,
- De studentenapp,
- Sociale media,
- Andere mobiele toepassingen.

Daarnaast moet het DXP inspelen op de specifieke behoeften van verschillende gebruikersgroepen, zoals studenten, medewerkers en partners. Dit stelt de Hogeschool Rotterdam in staat om haar digitale communicatie en interactie verder te professionaliseren en gebruikers te ondersteunen in hun gehele reis.

Het huidige DXP-platform van de Hogeschool Rotterdam voldoet niet aan de eerder beschreven doelstellingen en gewenste situatie. Hieronder worden de belangrijkste uitdagingen binnen het huidige DXP-landschap beschreven:

1. **Beperkte functionaliteiten voor integratie van diensten en producten:**

Het huidige platform biedt onvoldoende mogelijkheden om het aanbod van diensten en producten uit onderliggende systemen effectief en consistent aan te bieden. Dit leidt tot complexe, arbeidsintensieve processen voor beheer en integratie.

2. **Aanbesteding van het huidige CMS:**

Het huidige contentmanagementsysteem (CMS) voldoet niet meer aan de eisen en dient opnieuw te worden aanbesteed in overeenstemming met de wettelijke bepalingen van de Aanbestedingswet.

3. **Meerdere CMS-systemen in gebruik:**

Het gebruik van meerdere CMS-systemen binnen het DXP-landschap maakt het beheer van content inefficiënt en tijdrovend. Dit leidt tot inconsistenties in de communicatie en hogere beheerkosten.

4. **Gebrek aan integratie tussen systemen:**

De bestaande systemen zijn onvoldoende geïntegreerd. Hierdoor blijft gebruikersdata opgesloten in silo's, waardoor deze gegevens niet eenvoudig kunnen worden ingezet voor personalisatie of andere strategische doeleinden.

Conceptuele componenten voor het toekomstige DXP

De marktconsultatie richt zich op de volgende conceptuele componenten die nodig zijn om de uitdagingen in het huidige landschap te overwinnen en de doelstellingen van HR te realiseren:

Product Information Management (PIM) systeem

Een PIM-systeem is een softwareoplossing die helpt bij het centraal beheren en optimaliseren van product- en diensteninformatie van de Hogeschool Rotterdam. Het systeem:

- Verzamelt, beheert en verrijkt gegevens over producten en diensten.
- Distribueert deze gegevens efficiënt naar verschillende kanalen en platforms. Dit zorgt voor consistentie en efficiëntie in de communicatie over het aanbod van HR.

Personalisatie-engine

De personalisatie-engine maakt op maat gemaakte gebruikerservaringen mogelijk door gebruik te maken van gegevens die worden verzameld via het CRM-platform. Deze gegevens omvatten persoonlijke informatie, gedragsdata en andere relevante kenmerken. De engine:

- Gebruikt geavanceerde algoritmen om content, producten of diensten aan te bevelen die het meest relevant zijn voor individuele gebruikers.
- Optimaliseert interacties door gepersonaliseerde ervaringen te creëren.

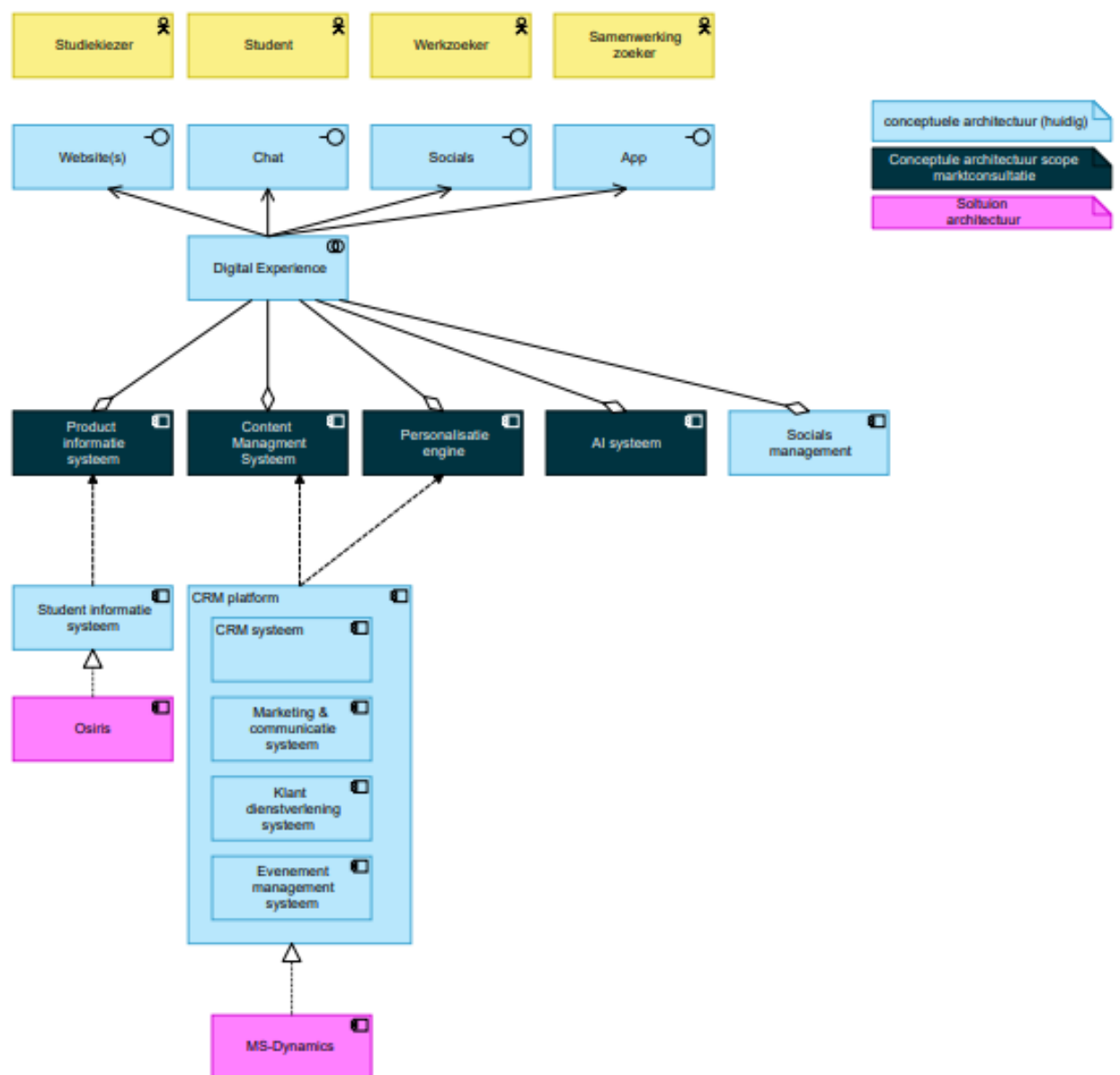
Contentmanagementsysteem (CMS) HR streeft naar één centraal CMS dat wordt gebruikt voor het creëren en beheren van digitale content. Hoewel HR momenteel meerdere CMS-systemen gebruikt, is het doel om over te stappen naar één uniform systeem. Het nieuwe CMS moet voldoen aan:

- De huidige eisen van HR.
- Toekomstige behoeften, zoals schaalbaarheid en integratie. Daarnaast dient een van de bestaande CMS-systemen te worden aanbesteed conform de wettelijke richtlijnen.

AI-systeem

Een AI-component moet worden geïntegreerd om personalisatie te verbeteren en zoekfunctionaliteiten te optimaliseren. Dit systeem:

- Past realtime personalisatie toe bij het presenteren en zoeken van content.
- Analyseert continu gebruikersgedrag en voorkeuren.
- Doet op maat gemaakte contentaanbevelingen en optimaliseert zoekresultaten.



Figuur 1 Conceptuele doelarchitectuur

3. Het verloop van de marktconsultatie

3.1. Wie kan deelnemen aan de marktconsultatie?

Hogeschool Rotterdam nodigt alle geïnteresseerde partijen uit die zich kunnen conformeren aan de uitgangspunten van deze marktconsultatie. Hogeschool Rotterdam heeft de start van de marktconsultatie openbaar aangekondigd op TenderNed. Op deze wijze kunnen alle partijen zich in kennis stellen van de start van deze marktconsultatie.

Tevens heeft Hogeschool Rotterdam een aantal partijen, waarvan zij meent dat deze geïnteresseerd zijn in deelname aan de marktconsultatie, geattendeerd op deze aankondiging. Geïnteresseerde partijen kunnen zich aanmelden voor deelname volgens de in paragraaf 3.3 beschreven wijze. Indienen van een reactie op de marktconsultatie kan uitsluitend via TenderNed.

3.2. Planning

De onderstaande planning geldt onder voorbehoud:

Omschrijving	Datum
1. Publiceren marktconsultatie	20 januari 2025
2. Stellen van schriftelijke vragen door partijen	03 februari voor 12:00 uur
3. Beantwoorden van vragen door de Hogeschool	10 februari 2025
4. Indienen reactie op marktconsultatiedocument door partijen	24 februari voor 12:00 uur
5. Mondelinge toelichting door partijen (indien van toepassing)	week 11 en 12 2025
6. Publiceren bevindingen marktconsultatie	uiterlijk 11 april 2025

3.3. Procedure van de marktconsultatie

De procedure van de marktconsultatie verloopt als volgt:

3.3.1. Stellen van schriftelijke vragen door partijen/nadere inlichtingen

Tot **03 februari 2025** 12:00 uur bestaat de mogelijkheid tot het indienen van schriftelijke vragen door partijen over dit marktconsultatiedocument. De vragen kunnen alleen via TenderNed gesteld worden. Partijen dienen hiervoor formulier 'nadere inlichtingen' (Bijlage 2) te gebruiken wat is terug te vinden TenderNed.

Een overzicht van alle ingediende (geanonimiseerde) vragen van partijen en de antwoorden daarop van de Hogeschool Rotterdam worden op **10 februari 2025** gepubliceerd op TenderNed.

3.3.2. Indienen reactie op marktconsultatiedocument door partijen

De Hogeschool Rotterdam verzoekt de partijen voor de reactie op de vragen van de hogeschool aan de markt, het online formulier 'Marktconsultatie Digital Experience Platform (DXP) Hogeschool Rotterdam' in te vullen:

<https://forms.office.com/e/3MYUGaGxHc?origin=IprLink>

Partijen kunnen tot uiterlijk **24 februari 2025 12:00** uur het formulier indienen. De Hogeschool Rotterdam verzoekt partijen om de reactie voldoende te onderbouwen. Partijen zijn niet verplicht om de volledige vragenlijst in te vullen.

3.3.3. Presentatie/Mondelinge toelichting door partijen

In verband met een redelijke tijdsinvestering voor zowel de Hogeschool Rotterdam als deelnemers, kan Hogeschool Rotterdam op basis van de schriftelijke beantwoording een aantal partijen uitnodigen voor een gesprek. De eventuele gesprekken vinden naar verwachting plaats in **week 11 en 12 2025**, op een locatie van Hogeschool Rotterdam. Iedere partij wordt afzonderlijk uitgenodigd.

3.3.4. Verduidelijkingsvragen

Indien daar aanleiding toe is kan Hogeschool Rotterdam, naar aanleiding van de ingediende reactie, verduidelijkingsvragen stellen. Partijen worden verzocht hiermee rekening te houden.

3.3.5. Publiceren bevindingen marktconsultatie

Het geanonimiseerde verslag van deze marktconsultatie wordt naar verwachting in uiterlijk **11 april 2025** gepubliceerd op Tenders.nl. Het verslag van de marktconsultatie wordt tevens opgenomen in de aanbestedingsdocumenten.

3.4. Voorwaarden

Partijen dienen bij de verstrekte informatie duidelijk aan te geven waar het bedrijfsvertrouwelijke informatie betreft. Deze bedrijfsvertrouwelijke informatie zal niet openbaar gemaakt worden. Correspondentie en documenten worden na afloop van de consultatie niet geretourneerd.

De voertaal van de marktconsultatie is in het Nederlands. Alle communicatie inzake deze marktconsultatie dient te verlopen via de contactpersoon vermeld onder paragraaf 3.5.

Aan de deelname van de marktconsultatie is geen vergoeding van kosten verbonden. Dit document is enkel bestemd voor marktconsultatie doeleinden. Het wordt ter beschikking gesteld onder de uitdrukkelijke voorwaarde dat de partijen het uitsluitend gebruiken om suggesties en ideeën aan te reiken over een potentiële samenwerking met Hogeschool Rotterdam.

Een deelname aan deze marktconsultatie kan niet leiden tot verplichtingen van de partijen om overeenkomsten met Hogeschool Rotterdam, en vice versa, aan te gaan.

Verkregen inzichten uit de marktconsultatie worden (waar relevant) gebruikt in de voorbereiding van de aanbesteding. Hogeschool Rotterdam behoudt zich evenwel het recht voor om deze inzichten niet of niet volledig te gebruiken.

Hogeschool Rotterdam behoudt zich het recht voor om (a) de planning zoals in dit document geschetst aan te passen, (b) de betreffende aanbesteding en/of andere aanbestedingen op andere wijze dan in dit document beschreven uit te voeren en/of (c) het traject van marktconsultatie en/of de aanbestedingsprocedure tijdelijk of definitief te staken.

De in het document opgenomen informatie wordt geacht nauwkeurig te zijn bij publicatie. Alle informatie is echter onderhevig aan bewerkingen, wijzigingen en verbeteringen. Hogeschool Rotterdam aanvaardt geen aansprakelijkheid voor de in dit document opgenomen informatie.

Voor de ideeën, suggesties en voorstellen die in antwoord op deze marktconsultatie worden ingediend kunnen de partijen zich niet beroepen op auteursrechtelijke bescherming. Het staat Hogeschool Rotterdam vrij deze elementen op te nemen in de later toe te kennen opdracht, zonder dat hiervoor enige vorm van vergoeding verschuldigd is.

Hogeschool Rotterdam neemt bij het uitvoeren van deze marktconsultatie de in dit kader relevante grondbeginselen van het Europees aanbesteden, te weten objectiviteit en transparantie, in acht. Dit betekent onder meer dat:

- Participatie aan deze marktconsultatie en de kwaliteit van de antwoorden op geen enkele wijze van invloed is op de positie van de participerende partijen bij het uitvoeren van de aanbesteding;
- De informatie die Hogeschool Rotterdam tijdens de marktconsultatie heeft gedeeld, onderdeel zal zijn van de documenten die onderdeel zijn van de aanbesteding.

3.5. Contactgegevens

De contactpersoon voor deze marktconsultatie is Newar Gully te bereiken via emailadres: inkoop@hr.nl.

4. Bijlagen

Bijlage 1: Vragenlijst formulier: 'Marktconsultatie Digital Experience Platform (DXP) Hogeschool Rotterdam'

Bijlage 2: Nota van Inlichtingen formulier

Bijlage 3: Studentenreis