

Vragen en antwoorden ter voorbereiding op de marktconsultatie CBR 100 jaar

1	Wat is het doel van de marktconsultatie en wat verwacht CBR concreet van deze middag?	In het marktconsultatiedocument staan alle hoofddoelen en subdoelen uitgewerkt. Maar samenvattend zal er gekeken worden of er marktpartijen zijn die; A) Interesse hebben in een dergelijke opdracht. B) De scope van een dergelijke opdracht aankunnen en hiermee ervaring hebben. C) Kijken welke aanbestedingsvorm past.
2	Hoe ziet het programma of de agenda van de middag eruit?	Plenaire groepsbijeenkomst (marktconsultatie) 12.30 – 16.30 Programma 12.30 tot 13.00 = inloop 13.00 tot 15.00 = plenair gedeelte 15.00 tot 15.30 = pauze 15.30 tot 16.30 = mogelijkheid tot individuele gesprekken (deelsessies)
3	Hoe wordt er in het vervolgtraject gekeken naar de 'chemie' tussen CBR en bureaus, naast de harde selectiecriteria?	Over het vervolgproces is nog niets concreets bekend. Er zal een eventuele aanbesteding uitgeschreven moeten worden waarbij non-discriminatie, proportionaliteit, evenredigheid en objectiviteit gewaarborgd worden. Deze zal waarschijnlijk bestaan uit een selectiefase en daarna een gunningsfase waarbij in de gunningsfase ruimte is voor het creatieve gedeelte. Een beoordelingscriteria als 'chemie tussen CBR en opdrachtnemer' kan niet bestaan.
4	CBR vraagt in deze fase al om ideeën en voorbeelden. Kunnen jullie toelichten wat de reden is dat deze creatieve input nu al gewenst is, terwijl dit mogelijk betekent dat bureaus hun unieke denkrichtingen moeten delen in het bijzijn van concurrenten? Hoe waarborgen jullie in dit kader de vertrouwelijkheid en het respecteren van creatieve eigendom, zodat de marktconsultatie vooral gericht blijft op dialoog, samenwerking en visie?	Er wordt gevraagd mee te denken over eventuele activiteiten/ideeën. Er wordt nadrukkelijk niet gevraagd een aanbieding te doen. In lijn met het antwoord op vraag 1 en 3 zal de marktconsultatie voornamelijk gaan over de interesse, ervaring en aanbestedingsvorm. Waarbij de aanbestedingsvorm nog gekozen moet worden, waarbij deze bestaat uit een selectiefase en daarna een gunningsfase waarbij in de gunningsfase ruimte is voor het creatieve gedeelte. Deze gunningsfase is enkel voor een beoordelingscommissie en daarin zal vertrouwelijkheid en het respecteren van creatieve eigendom geborgd zijn.
5	Kan het kloppen dat bijlage 5 mist in de lijst met documenten?	Correct. Kennelijk is er met de telling iets verkeerd gegaan. Er mist geen essentiële informatie voor de marktconsultatie.
6	Op welke manier beoogt u de doelstellingen van deze marktconsultatie te behalen? Wordt hier enkel de plenaire groepsbijeenkomst voor ingezet?	Voor nu is het programma weergegeven bij antwoord op vraag 2. Gedurende dit programma proberen wij voldoende inzicht te krijgen om de doelstellingen te behalen.
7	Zullen alle punten uit deel 1,2, en 3 tijdens de marktconsultatie plenair worden besproken?	Het is het CBR niet helemaal duidelijk welk deel u exact op doelt. Er is wel degelijk mogelijkheid tot deelsessies. Zie antwoord op vraag 2.
8	Is het mogelijk om deelsessies per marktpartij te houden tijdens de groepsbijeenkomst? Dit biedt de mogelijkheid om dieper in te zoomen op bepaalde onderwerpen en adviezen, gezien dit concurrentie gevoelige informatie kan bevatten.	Ja, er is een mogelijkheid tot deelsessies. Zie antwoord op vraag 2.
9	U vraagt aan de deelnemende partijen zich op de plenaire groepsbijeenkomst voor te bereiden evt.	Zie antwoord op vraag 2 voor de agenda. Het beeld, materiaal en concrete ideeën hoeven niet tijdens de plenaire sessies vertoond te worden.

	met beeld, materiaal etc. Kunt u meer inzicht geven in het programma en setting van de plenaire groepsbijeenkomst? Op deze manier kunnen de manier waarop wij deze informatie delen beter afstemmen op de middelen, beschikbare tijd, setting en aanwezigen.	
10	Hoe wordt bijlage 6 gebruikt tijdens de marktconsultatie? Worden deze vragen gebruikt als leidraad voor de groepsbijeenkomst? Of verwacht u hier antwoord op van de deelnemende partijen? Dit onderdeel zien wij namelijk niet terug in de planning.	Dit is de leidraad die qua vragen de tijdens de groepsbijeenkomst gebruikt zal worden.
11	Wordt er in de aanbesteding ook gekeken naar duurzaamheidscertificering van de marktpartijen?	Duurzaam inkopen is één van de doelstellingen van het CBR en zal naar waarschijnlijkheid ook meegenomen worden. Echter is over de inrichting en inhoud van een eventuele opvolgende procedure nog niets inhoudelijks bekend.
12	Gezien de aard van deze opdracht is co-creatie tussen CBR en het geselecteerde bureau essentieel voor het succesvol vormgeven van de verschillende activiteiten. Zal er binnen deze marktconsultatie ook advies worden gevraagd over de rolverdeling tussen CBR en de marktpartij, zodat in de uiteindelijke uitvraag duidelijk wordt welke middelen en personen vanuit CBR, maar ook andere stakeholders beschikbaar zijn om de juiste inhoud boven tafel te krijgen? Dit helpt de bureaus om hun plan van aanpak hierop af te stemmen.	Het CBR zal dit als vraag en ter bespreking opnemen.
13	Is parkeren in de garage van het CBR mogelijk.	De locatie bevindt zich naast een CBR-locatie. Parkeren bij de CBR-locatie is niet mogelijk. U kunt o.a. parkeren bij parkeergarage de Vechtsebanen.
14	Is het de bedoeling dat bij de plenaire groepsbijeenkomst (marktconsultatie) ideeën voor aanpak worden gedeeld? Dit kan namelijk gevoelig liggen t.a.v. concurrentie die ook aanwezig is?	Nee, dit is niet de bedoeling. Gedurende plenaire groepsbijeenkomst zullen vragen gesteld worden voorkomend uit bijlage 6. Ideeën kunnen, of in de individuele sessies gedeeld worden, of bewaard worden voor de daadwerkelijke aanbesteding.
15	Wat is een reële inschatting van budget (bij voorkeur verdeeld over communicatie, marketing en evenementen) - dit voor beeldvorming van omvang, inzet medewerkers, kosten organisatie etc.	Het budget en de exacte omvang van de opdracht is nog niet vastgesteld. De marktconsultatie is ter identificatie van interesse, mogelijkheden en op hoofdlijnenideeën en ervaringen op te halen.
16	In de PDF 'Marktconsultatie leidraad' staan activiteiten benoemd (waarvoor partijen worden gezocht) - waarop zijn deze activiteiten gebaseerd?	Deze voorbeeldactiviteiten zijn ideeën die het CBR overweegt in te zetten gedurende het jubileumjaar.
17	(boek, film.... open dagen.... informatie en activiteiten gericht op scholen) aangezien er ook	Zie antwoord vraag 16. Aanvullend, de marktconsultatie is gericht op het delen van informatie om de visie, strategie of invulling vorm te gaan geven.

	wordt vermeld dat er geen visie, strategie of invulling is gevormd over hoe het CBR stil wil staan bij het 100-jarig bestaan.	
18	Wat is de inhoud van de herijkte strategische koers van het CBR - zodat wij een beeld kunnen vormen van de context en mogelijkheden voor activatie en communicatie.	Deze herijkte strategische koers zal in 2026 gelanceerd worden en de inhoud hiervan is nog niet bekend. In grote lijnen borduurt het voort op de visie die er nu ligt, waarbij het CBR een omslag maakt naar publieke dienstverlener en zich inzet voor de verkeersveiligheid in Nederland.
19	Wie vormen het dedicated team vanuit het CBR t.a.v. de activiteiten? (namen/funcies/grootte groep)	Vanwege AVG zullen er geen namen gedeeld worden. Er zal een projectleider aangesteld worden die waarschijnlijk een team van enkele medewerkers aan zal sturen. De marktconsultatie is gericht op het delen van informatie om voor het CBR hier een beeld van te kunnen vormen wat nodig is.
	Het CBR vraagt een interne en externe communicatiestrategie met vertaling naar beeld, uitingen en middelen:	
21.a	a. Heeft het CBR vaste bureaurelaties voor marcom? (advertising/positioning/digital etc.)?	Ja, het CBR heeft vaste bureaurelaties en daar waar mogelijk wordt ook verwacht aangehaakt te worden op de reeds bestaande overeenkomsten en ingekochte capaciteit. Daar waar dit niet past zal individueel gekeken worden wat nodig is.
21.b	b. Wij gaan ervan uit dat deze vraag onderdeel is van de daadwerkelijke briefing (na de consultatie)?	Correct, het is een verkenning van de markt om een tweezijdig gesprek te voeren. Een eventueel vervolgproces zal een verdere invulling (briefing) kennen.
21.c	c. Wat zijn representatieve/recente campagnes van het CBR zoals jullie het voor ogen hebben?	Recente campagnes van het CBR zijn niet gerelateerd aan het jubileumjaar en daarmee niet per se representatief voor deze opdracht. Enkele recentelijk succesvolle campagnes zijn: https://www.cbr.nl/nl/over-het-cbr/over/laatste-nieuws/nieuws/campagne-rijbewijsstruggles-blijft-scoren https://www.youtube.com/watch?v=RQBHV2CMw6U
	7. Bij Scope staan doelgroepen vermeld: interne klant, medewerkers, externe opleiders en professionals	
24.a	a. Wie is de interne klant?	Interne klant is medewerkers Externe klant zijn alle klanten van het CBR. Alle soorten rijbewijzen voor alle soorten voertuigen, particulieren en beroepschauffeurs. Halen van het rijbewijs en houden, dus inderdaad ook 75+, rijbewijs met beperkte geldigheid door bijv aandoening.
24.b	b. Wie zijn de professionals en externe opleiders?	Rijscholen en andere organisaties gelieerd aan processen die door het CBR uitgevoerd en gecontroleerd worden.
24.c	c. Hoe vallen scholen onder deze doelgroepen?	Het CBR wil zich gedurende het jaar positioneren en daarbij informeren. Scholen kunnen een doelgroep zijn.
24.d	d. Hoe valt 'de maatschappij/samenleving/het publiek' onder deze doelgroepen?	Het CBR wil zich gedurende het jaar positioneren en daarbij informeren. De maatschappij/samenleving/het publiek' kan hierbij een doelgroep zijn.
24.e	e. Willen jullie inderdaad heel Nederland bereiken en is daar voldoende budget voor?	Hiervoor is geen keuze gemaakt. De marktconsultatie is ter oriëntatie en ondersteunend aan beeldvorming.
24.f	f. Hoe valt 'media' als doelgroep voor het 100-jarig bestaan?	Wij snappen de vraag niet goed maar willen deze gedurende de marktconsultatie beantwoorden.

	8. Het CBR zoekt een partij die acties en evenementen op CBR-locaties kan verzorgen.	
25.a	a. Is dit taakstellend of mogen het ook niet-CBR locaties zijn? Ook om externe doelgroepen te bereiken.	Er zijn nog geen keuzes gemaakt. Maar er kan gedacht worden aan een hybride vorm afhankelijk van de inhoud van de evenementen.
25.b	b. Hoeveel CBR-locaties zijn er en wat is de ruimte voor activatie per locatie?	Het CBR heeft momenteel 54 examenlocaties. De ruimte voor activatie per locatie kan verschillen en door het grote aantal niet hier beantwoord worden.
26	9. In de PDF staat dat deelnemers zich moeten voorbereiden met beeld, materiaal en ideeën - hoe zien jullie dit voor jullie? Aangezien er nog geen strategie, budget en/of concrete opdracht is geformuleerd.	Zie antwoord vraag 9
27	Kunnen jullie aangeven hoeveel partijen er zijn uitgenodigd voor 16 april? En betreft het hierbij uitsluitend (con)collega's, zoals andere eventbureaus, of zijn er ook andere type partijen uitgenodigd?	Er zijn niet zo zeer een aantal partijen uitgenodigd. Het CBR heeft een open uitnodiging gepubliceerd met een vermelding op TenderNed. Het CBR hoopt een variëteit aan partijen te mogen ontvangen die allemaal input kunnen leveren zodat het CBR zich beter kan voorbereiden op een eventueel vervolgproces.
28	Hebben wij de briefing correct geïnterpreteerd, en is het doel van deze dag dat jullie (CBR) ons vragen kunnen stellen om gezamenlijk tot een zo helder mogelijke briefing en formulering van de vraagstelling te komen?	Zie o.a. antwoord vraag 1
29	In de uitnodiging wordt een tijdsblok van 13:00 – 17:00 uur genoemd. Het lijkt erop dat dit een plenair moment betreft waarin jullie vragen zullen stellen. Kunnen jullie het programma nader toelichten, zodat wij goed kunnen bepalen wie wij op deze dag mee moeten nemen. Verwachten jullie bovendien dat dit ook de twee personen zijn die gedurende het gehele traject als vaste contactpersoon zullen fungeren?	Zie o.a. antwoord vraag 2
30	Wat wordt er concreet bedoeld met <i>'inhouse meewerken in 2026'</i> ? Gaat het om structurele fysieke aanwezigheid op locatie, of is een hybride vorm van betrokkenheid ook bespreekbaar? Of willen jullie hier juist advies over?	Hier wil het CBR graag advies over.
31	De kansen zijn duidelijk. Maar we zijn ook benieuwd: welke risico's ziet het CBR in de samenloop van lopende projecten en verandertrajecten als onderdeel van de strategische koers en de viering van het 100-jarig jubileum?	Deze vraag is te omvangrijk om hier te beantwoorden.
32	Welke rol speelt strategie in deze opdracht? Wordt het jubileum echt ingezet om de herijkte	Het is vanuit de herijkte koers van het CBR zich stevig te positioneren doormiddel van jubileumjaar inclusief bepaalde uitingen van viering.

	koers van het CBR stevig te positioneren, of ligt de nadruk vooral op de viering zelf?	
33	Ziet het CBR deze opdracht als een eenmalige campagne, of als een traject dat bijdraagt aan een bredere positionering en (eventueel) structurele samenwerking?	Het is feitelijk een eenmalige campagne, namelijk activiteiten gedurende het campagnejaar. Echter wenst het CBR wel dat het traject (het campagnejaar) op zichzelf bijdraagt aan een bredere positionering van het CBR.
34	Wat is voor jullie het belangrijkste kenmerk van een bureau waar je graag mee samenwerkt? Wat maakt een samenwerking voor jullie écht waardevol?	Hier kan het CBR nog geen antwoord op geven aangezien er nog geen aanbesteding is opgesteld. Dus ook de kenmerken van eventuele selectie danwel gunning is nog niet vastgesteld.
35	Wanneer is dit jubileumjaar voor jullie geslaagd? Wat hopen jullie dat het teweegbrengt, los van output en zichtbaarheid?	Wij nodigen u graag uit deze vraag tijdens de marktconsultatie te stellen.
36	We lezen dat het CBR overweegt om bij de aanbesteding een vorm te kiezen waarin creativiteit en visie centraal staan, zoals een prijsvraag of concurrentiegericht dialog. Welke overwegingen spelen hierin een rol?	Strategievorming en communicatie kennen vaak een uniek karakter waarbij creativiteit en visie in grote mate bepalend zijn voor het succes. Het CBR wil hier graag ruimte voor binnen een eventueel vervolgproces.
37	Welke rol spelen de ketenpartners in deze opdracht? Heeft het CBR een overzicht van alle ketenpartners?	Zo ver in het proces is het CBR nog niet. Deze marktconsultatie is ter ondersteuning aan de beeldvorming. Een inzicht in ketenpartners is nog niet gemaakt in deze fase.
38	Het valt op dat bepaalde trajecten binnen de strategische koers, zoals het leiderschapstraject en de nieuwe organisatiestructuur, al een tijdje lopen. Zijn er tussentijdse resultaten beschikbaar of zijn sommige trajecten inmiddels afgerond? En is er een reden waarom het even duurt/duurde?	De genoemde trajecten zijn ingezet onder de strategische koers 2026 en werpen hun vruchten af. De nieuwe strategische koers is in ontwikkeling en het idee is om het jubileumjaar hierbij aan te laten sluiten.
39	Er wordt in de documentatie gesproken over verschillende evenementen. Zijn deze al (deels) gepland en ingevuld?	Deze zijn nog niet gepland of ingevuld. De marktconsultatie is juist bedoeld om hier meer zicht op te geven.