

# Vraagspecificatie

## Publieks- en bewustwordingscampagnes

Van:	ProRail
Auteur:	Communicatie en Externe betrekkingen
Versie:	0.9
Datum:	28-05-2025
Status:	Concept

## Inhoudsopgave

<b>Inleiding .....</b>	<b>3</b>
<i>Doel Vraagspecificatie .....</i>	<i>3</i>
<i>Leeswijzer .....</i>	<i>3</i>
<b>1. ProRail - onze organisatie .....</b>	<b>4</b>
1.1. Wat wij doen .....	4
1.2. Onze missie .....	4
1.3. Onze visie .....	4
1.4. Onze strategie.....	4
1.5. Onze ambitie .....	4
1.6. ProRail als werkgever .....	4
1.7. ProRail als spoorpartner .....	5
1.8. Stakeholders .....	5
<b>2. Communicatie &amp; Externe betrekkingen – ons cluster .....</b>	<b>6</b>
2.1. C&EB draagt bij aan doelstellingen van ProRail .....	6
2.2. Aanleiding aanbesteding campagnes .....	6
2.3. Kern van onze vraag: campagnes .....	7
<b>3. Behoeftte campagnes .....</b>	<b>8</b>
3.1. Scope van de dienstverlening.....	8
3.2. Aard en omvang van de opdracht .....	9
3.3. Buiten scope.....	9
<b>4. Onze samenwerking.....</b>	<b>10</b>
4.1. Samenwerking in de implementatiefase .....	10
4.2. Samenwerking in de uitvoeringsfase.....	10
<b>5. Contractmanagement.....</b>	<b>12</b>
5.1. Contractmanagement .....	12
5.2. Taken, rollen en verantwoordelijkheden .....	12
<b>6. Programma van Eisen.....</b>	<b>13</b>
<b>Bijlagen .....</b>	<b>17</b>

# Inleiding

## Doel Vraagspecificatie

Deze Vraagspecificatie, inclusief Programma van Eisen (PvE) beschrijft de behoefte en eisen van ProRail – Communicatie en Externe betrekkingen (hierna C&EB) ten aanzien van een Opdrachtnemer die concepten ten behoeve van publieks- en bewustwordingscampagnes ontwikkelt en uitwerkt in diverse campagnemiddelen.

## Leeswijzer

De Vraagspecificatie start met een omschrijving van de ProRail organisatie in hoofdstuk 1, waarna in hoofdstuk 2 het cluster C&EB wordt toegelicht. In hoofdstuk 3 beschrijven we onze behoefte (scope) en ambitie. In hoofdstuk 4 bespreken we onze samenwerking, gevolgd door contractmanagement in hoofdstuk 5. Hoofdstuk 6 bevat de gebundelde eisen die voortvloeien uit de voorgaande hoofdstukken.

# 1. ProRail - onze organisatie

## 1.1. Wat wij doen

Wij zorgen voor de aanleg, het onderhoud en het beheer van het Nederlandse spoorwegnet. Als onafhankelijke partij verdelen we de ruimte op het spoor, regelen we al het treinverkeer, bouwen en beheren we stations en leggen we nieuwe sporen aan. We onderhouden bestaande sporen, wissels, seinen en overwegen. ProRail is ook netbeheerder en in die hoedanigheid verantwoordelijk voor het transport van elektriciteit over het net.

## 1.2. Onze missie

Wij verbinden mensen, steden en bedrijven per spoor, nu en in de toekomst. Wij maken aangenaam reizen en duurzaam vervoer mogelijk en zorgen dat het op en om het spoor veilig is.

Onze missie is waar we voor staan. Met 5500 ProRailers en onze spoorpartners werken we elke dag aan het onderhoud en de uitbreiding van het spoor. We verdelen capaciteit eerlijk tussen vervoerders en leiden het treinverkeer veilig en betrouwbaar over het spoor.

## 1.3. Onze visie

Treinverkeer is onmisbaar voor de bereikbaarheid van (nieuwe) woongebieden en het behalen van de klimaatdoelstellingen. Samen met onze partners geven we invulling aan de groeiende behoefte aan duurzame mobiliteit in Nederland.

Onze visie is waar we voor gaan. Nederland groeit en dat betekent meer mensen en goederen op ons spoor. Treinverkeer is onmisbaar voor de bereikbaarheid en het behalen van onze klimaatdoelstellingen. Naast de dagelijkse uitvoering van onze kerntaken, werken we daarom ook aan de toekomst van het Nederlandse spoor.

## 1.4. Onze strategie

Wij hebben de opgave om onze samenleving en economie op een schone en duurzame manier in beweging te houden, nieuwe woningen en wijken in heel Nederland bereikbaar te maken en innovatie te stimuleren met technologische en digitale vernieuwing van het spoor.

Dat doen we door oplossingen te realiseren voor de groeiende vraag naar personen- en goederenvervoer per spoor. Uit onze studies en analyses blijkt dat de vervoersvraag de komende jaren – na de dip vanwege corona – snel zal terugkomen op het oorspronkelijke (hoge) groeipad van voor de coronatijd. Naar verwachting zal in 2030 de totale vraag naar reizigersvervoer met 30% en naar goederenvervoer met 50% zijn toegenomen. Door het vervoer van meer reizigers en goederen over het spoor te faciliteren, geven we met ons spoornetwerk duurzame invulling aan de Nederlandse mobiliteitsvraag.

## 1.5. Onze ambitie

- Verbindt: we vergroten de capaciteit op het spoor, inclusief stations en emplacementen.
- Verbetert: we zorgen voor veilig en betrouwbaar spoor, tot tevredenheid van reizigers, verladers en omgeving.
- Verduurzaamt: we maken spoormobiliteit zo duurzaam mogelijk en verkleinen onze ecologische voetafdruk.
- Bevlogen ProRailers: we willen een aantrekkelijke organisatie zijn om te werken.
- Betaalbaar spoor: we geven het belastinggeld dat wij ontvangen doelmatig uit.

We hebben onze ambitie specifiek en meetbaar gemaakt. Bij het maken van keuzes nemen we altijd alle vijf onderdelen mee in de afweging.

## 1.6. ProRail als werkgever

Samen met haar medewerkers doet ProRail er alles aan om in Nederland in beweging te houden. Dit doen we in een duurzame werkomgeving, die stimuleert, inspireert en uitdaagt. Een baan is immers zoveel meer dan werk en salaris. Medewerkers van ProRail leveren een bijdrage aan de samenleving. Of je nu het treinverkeer in goede banen leidt, IT-

oplossingen ontwikkelt of communicatieadvies geeft. De prestaties van de organisatie vallen of staan met het vakmanschap en het werkplezier van haar medewerkers. ProRail is een ontwikkelgerichte werkgever met klantgerichte professionals. Daarbij staan opleidingen en persoonlijke ontwikkeling, doorstroming naar andere functies en leiderschapontwikkeling centraal. Er is sprake van een goede werk-privé balans. Het is bijzonder om te werken bij de grootste opdrachtgever, de grootste grootgrondbezitter en de grootste (duurzame) energieafnemer van Nederland. Bijdragen aan duurzaamheid en het verbinden van mensen met werk, natuur, cultuur en de stad spelen een rol: de impact van wat je doet is groot; heel Nederland geniet daarvan. Voor meer informatie over ProRail als werkgever, zie [werkenbijprorail.nl](https://werkenbijprorail.nl).

## 1.7. ProRail als spoorpartner

Het spoor vernieuwen doen we niet alleen. Onze spoorpartners zijn onder meer spooraannemers, ingenieurbureaus, werkplekbeveiligingsbedrijven, kabelaannekers en boorbedrijven. Met deze partners hebben we diverse samenwerkingsvormen. We maken prestatieafspraken, bijvoorbeeld over onderhoud en veiligheid. In de bouw kiezen we voor samenwerking. We sluiten allianties om kosten te besparen en risico's te delen. Op andere gebieden kiezen we voor stimulerende maatregelen, zoals de CO2-Prestatieladder. Daarnaast werken we veel samen met Rijkswaterstaat, provincies en lokale overheden aan gezamenlijke projecten.

## 1.8. Stakeholders

De stakeholders van ProRail zijn zeer divers:

- Vervoerders en verladers
- Omwonenden, die (mogelijk) hinder kunnen ondervinden van werkzaamheden en omwonenden van het spoor in het algemeen (er ligt in Nederland maar liefst 7.000 km spoor!)
- (Mogelijke) reizigers en de gebruikers van het station
- Interne organisatie
- Spoorpartners, zoals aannemers en vervoerders
- Algemeen publiek, de Nederlandse samenleving
- Belangengroepen en reizigersorganisaties
- Overheden
- Politiek: landelijk, regionaal en lokaal
- (Grote) Bedrijven, organisaties en gemeentes, die (mogelijk) hinder kunnen ondervinden door werkzaamheden
- Innovatiepartners
- Media
- Huidige en potentiële medewerkers.

Voor meer informatie zie: [Onze stakeholders | ProRail 2024](#)

## 2. Communicatie & Externe betrekkingen – ons cluster

### 2.1. C&EB draagt bij aan doelstellingen van ProRail

Het cluster Communicatie & Externe Betrekkingen (C&EB) verbindt ProRail met zijn interne en externe omgeving. Extern positioneren wij ProRail als de verbindende schakel in duurzame mobiliteit. Dat doen we door zichtbaar te maken wat ProRail doet om duurzame mobiliteit mogelijk te maken. Nu en in de toekomst.

In onze visie op communicatie:

- Staan we nadrukkelijk voor ons eigen verhaal.
- Zetten we onze stakeholders voorop.
- Bewaken en versterken we onze positie als verbindende schakel in duurzame mobiliteit.
- Bewaken en versterken we onze reputatie en ons imago.

#### **Communicatiedoelstellingen:**

Met onze communicatie dragen we bij aan:

##### 1. Grotere stakeholdertevredenheid

We willen dat onze belangrijkste stakeholders (reizigers, verladers, omgeving en ProRailers) tevredener zijn over ProRail.

##### 2. Sterkere reputatie

De reputatie die ProRail bij zijn stakeholders geniet, heeft een directe relatie met stakeholder-tevredenheid. Communicatie bepaalt niet een-op-een de resultaten, maar is een van de bouwstenen van stakeholdertevredenheid en reputatie. We vergaren doorlopend inzichten met data-analyse, omgevings- en mediascans en een jaarlijks omgevings- en reputatieonderzoek.

##### 3. Sterker imago

We willen dat ProRail een bekend en positief imago heeft bij Nederlanders.

Themagericht werken:

We positioneren ProRail als de verbindende schakel in duurzame mobiliteit. Dit doen we door in onze dagelijkse communicatie te communiceren over actuele thema's die voor onze stakeholders herkenbare invulling geven aan deze positionering. We bepalen de actuele thema's door te weten wat er speelt bij onze stakeholders, door data-analyse en onze Communicatiestrategie.

Thema's 2025:

- Maakbaarheid en bouwopgave
- Spoorgoederenvervoer
- Internationaal treinverkeer
- Prestaties en op het spoor

#### **Corporate imago-onderzoek**

Eind 2024 onderzochten we opnieuw, na de 0-meting in 2022, ons corporate imago onder de Nederlandse bevolking (18-80 jaar). De belangrijkste conclusie is dat ProRail een grote naamsbekendheid heeft (86%), maar dat het publiek niet persé een goed beeld heeft van wat ProRail doet (18% geeft aan te weten wat ProRail doet). Een kwart van de respondenten zegt zelfs ProRail alleen van naam te kennen en geen beeld te hebben van de werkzaamheden die de organisatie uitvoert. Deze aanbesteding gaat hier mede invulling aan geven. Per campagne worden doelstellingen behaald.

### 2.2. Aanleiding aanbesteding campagnes

Er is budget vrijgemaakt om invulling te geven aan de informatiebehoefte van reizigers en omwonenden over werkzaamheden.

Het doel van deze aanbestedingsprocedure is om één leverancier te contracteren voor dienstverlening voor het bedenken, ontwikkelen en uitvoeren van publiekscampagnes en bewustwordingscampagnes. Daarnaast wordt in een tweede perceel van deze aanbesteding de bijbehorende mediadienstverlening (perceel 2) uitgevraagd.

Samen met de te contracteren leverancier(s) is ProRail in staat om enerzijds draagvlak en begrip te creëren voor werkzaamheden op en rond het spoor. Daarbij hebben we ook als doel het imago van ProRail te bewaken en te verbeteren door meer zichtbaar te maken wat ProRail, samen met haar stakeholders, op en rond het spoor doet aan werkzaamheden en waarom.

## 2.3. Kern van onze vraag: campagnes

De kern van de vraag is het contracteren van één leverancier voor de ontwikkeling van creatieve (campagne)concepten en de doorvertaling en uitwerking van diverse middelen ten behoeve van publieks- en bewustwordingscampagnes voor de duur van 3 jaar met 5 verlengingsopties van 1 jaar.

## 3. Behoeft campagne

### 3.1. Scope van de dienstverlening

Campagnedienstverlening bestaat uit:

- Het ontwikkelen en uitwerken van een strategie voor een overkoepelend **parapluconcept** ten behoeve van campagnes;
- Het ontwikkelen en uitwerken van een parapluconcept, dat (deel)campagnes met elkaar verbindt;
- Doorvertaling van het parapluconcept naar ontwikkeling en uitwerking van diverse (**publieks**)campagnes (landelijk en regionaal) en de productie van alle campagnemiddelen en – materialen;
- Ontwikkeling en uitwerking van creatieve concepten t.b.v. **bewustwordings- en gedragscampagnes** en de productie van alle campagnemiddelen, - en materialen. Dit kunnen op zichzelf staande campagnes zijn, los van het parapluconcept;
- Optimaliseren en evalueren van campagnestrategie, concept en de diverse campagnes.

Hieronder worden de definities en/of uitleg van onderdelen van de scope beschreven:

**Parapluconcept:** Een overkoepelend creatief idee dat als kapstok dient voor meerdere communicatie-uitingen of deelcampagnes. Het biedt een samenhangend verhaal en visuele stijl waarbinnen verschillende boodschappen, doelgroepen of kanalen logisch samenkomen.

Kenmerken:

- Consistentie: alle uitingen stralen eenzelfde look&feel, tone of voice of boodschap uit;
- Flexibiliteit: Het concept is breed genoeg om verschillende onderwerpen of doelgroepen te bedienen;
- Herkenbaarheid: Door de herhaling van het concept groeit de herkenning en het vertrouwen bij het publiek;
- Langdurig inzetbaar: Vaak bedoeld voor een langere periode dan een enkele campagne.

Om een '*licence to communicate*' te hebben en te zorgen dat iedere uiting van ProRail binnen de campagne optelt tot het neerzetten van één helder verhaal, waaruit het werkveld en de ambitie van ProRail blijken, willen we een positionerend overkoepelend concept laten ontwikkelen. Dit concept moet doorvertaald worden naar separate publiekscampagnes met hun eigen doelgroepen. De separate campagnes moeten elkaar weer versterken. We verwachten met deze integrale aanpak de '*license to operate*' van ProRail te kunnen verruimen en ProRail beter te positioneren bij reizigers, omwonenden, stakeholders en de Nederlandse samenleving. Het concept moet '*mileage*' hebben, zodat het gedurende een aantal jaren fris en vernieuwend blijft.

**Campagne:** Bij een campagne draait het om intensieve communicatie op basis van een creatief concept, waarbij extra inspanningen worden geleverd om een specifiek communicatiedoel te bereiken bij een bepaalde doelgroep gedurende een bepaalde periode. De campagne is gebaseerd op een goed doordachte strategie, ondersteund door inzichten over de doelgroep en/of gedragingen. Een campagne heeft concrete doelstellingen, geformuleerd aan de hand van: wat wil je dat de doelgroep doet, denkt, voelt, weet of bespreekt? De uitvoering van de campagne wordt gemonitord en bijgestuurd op basis van KPI's. Het concept van een campagne is in principe vrij van vaste middelen en wordt verder uitgewerkt in content, middelen en acties, waarbij een crossmediale aanpak wordt gehanteerd om de verschillende kanalen elkaar te laten versterken en maximale impact te hebben op de doelgroep.

**Publiekscampagne:** Een strategisch opgezette communicatieaanpak, gericht op het informeren, bewustmaken of aanzetten tot gewenst gedrag bij een breed publiek. Dit gebeurt via verschillende kanalen en middelen, met als doel maatschappelijke impact te realiseren of publieke betrokkenheid te vergroten.

**Bewustwordings- en gedragscampagne:** Een campagne onderbouwd met data en gedragswetenschappelijke inzichten die gericht op bewustwording en gedragsverandering bij een specifieke doelgroep.

Bijvoorbeeld een veiligheidscampagne: ProRail is verantwoordelijk voor de veiligheid op en langs het spoor. Om deze veiligheid te verhogen worden bewustwordings- en gedragsveranderingscampagnes gevoerd onder verschillende doelgroepen. ProRail voert jaarlijks minimaal één veiligheidscampagne. Deze veiligheidscampagnes zijn erop gericht om het gedrag op en rond het spoor te beïnvloeden, zoals een spoorlopers-, ouderen- en jongerencampagne. Ze dragen bij aan veiliger gedrag en minder ongevallen op en rond het spoor. De campagnes hebben eigen doelstellingen en doelgroepen. Een doelgroepgerichte aanpak is voorwaardelijk aangezien het specifieke doelgroepen betreft en er een relatief beperkt budget beschikbaar is om grote volumes te bereiken. Ze dragen echter allemaal bij aan de reputatie van ProRail door in lijn te zijn met alle overige communicatie-initiatieven die gericht zijn op veiligheid.



### 3.2. Aard en omvang van de opdracht

Het gaat om ongeveer 4 à 6 opdrachten per jaar. De beschreven cases in de gunningsfase geven inzicht in de typen opdrachten en de grootte ervan.

De verwachting is dat we eind 2025 starten met de ontwikkeling van de meerjarencampagnestrategie en daaruit volgend het parapluconcept, voor 2026 verwachten we 1 à 2 landelijke campagnes en 1 à 2 regionaal georiënteerde campagnes. Daarnaast is de verwachting dat er sprake is van 1 veiligheidsbewustwordingscampagne in 2026 waarvan de ontwikkeling al in 2025 opgestart dient te worden..

Aan deze inschatting kunnen geen rechten ontleend worden. De dienstverlening kan gedurende de looptijd van het contract worden aangepast en aangevuld door voortschrijdend inzicht.

### 3.3. Buiten scope

#### **Werkzaamheden buiten scope:**

- Dienstverlening t.a.v. communicatieplannen,- concepten en,- middelen die niet gerelateerd zijn aan campagnes (publieks-, bewustwordings- en gedragsveranderingscampagnes), bijvoorbeeld de reguliere owned content-inzet;
- Campagne- en creatie-dienstverlening t.b.v. arbeidsmarktcommunicatie, omdat hier een andere leverancier voor gecontracteerd is;
- Alle DTP- en vormgeving opdrachten die **geen** betrekking hebben op campagnes. Voor andere DTP-, grafische en vormgeving-opdrachten zijn er momenteel twee leveranciers gecontracteerd;
- Video- en fotografieopdrachten die **geen** betrekking hebben op campagnes;
- Media-dienstverlening, dit wordt uitgevraagd in perceel 2 van deze aanbesteding.

## 4. Onze samenwerking

In de samenwerking maken we onderscheid in twee fases

1. Implementatiefase
2. Uitvoeringsfase

### 4.1. Samenwerking in de implementatiefase

De implementatie van het contract start direct na de definitieve gunning met het implementeren van de gecontracteerde dienstverlening en loopt – maximaal 1 maand na de ingang van de contractdatum. De basis voor een optimale samenwerking tussen de leverancier van campagnedienstverlening en C&EB ProRail wordt vormgegeven in de implementatiefase. ProRail hecht veel waarde aan de tijdige en complete afronding van de implementatie binnen de gestelde termijn. Het doel van de implementatiefase is: de uitvoering van de overeenkomst is succesvol gestart. Hiervoor zetten zowel opdrachtgever als opdrachtnemer de juiste medewerkers in met het juiste mandaat om zaken op een efficiënte manier te kunnen inrichten. Tevens zijn de rollen en processen optimaal ingericht. Eventuele uit te voeren opdrachten kunnen in de eerste maand al in gang gezet worden.

#### Implementatiefase

In maand één gaan opdrachtnemer en opdrachtgever met elkaar in gesprek waarin de invulling van de volgende punten wordt besproken en vastgelegd door opdrachtnemer:

- Vaststelling en specificering SLA
- Vaststellen werkwijze
- Briefingsformat vaststellen
- Evaluatie, - en overlegstructuur vaststellen inclusief overzicht lopende opdrachten
- Resultaatafspraken vaststellen
- Menukaart pricing o.b.v. ingediende prijzen in de aanbesteding vaststellen

### 4.2. Samenwerking in de uitvoeringsfase

#### Werkwijze campagnes

Voor de ontwikkeling van grotere campagnes, zoals publieks- en bewustwordingscampagnes, houden wij onderstaande werkwijze aan. Voor kleinere opdrachten stellen we de werkwijze per project vast in de briefing/debrief.

- Bij ieder nieuw te ontwikkelen (deel)project stellen we vanuit ProRail een briefing op, waarbij aangegeven staat welk type opdracht het is. In de implementatiefase stemmen we het format met elkaar af, maar kent een aantal vaste elementen: probleemstelling, doelstelling, doelgroep, triggers en barrières, propositie, ondersteunend bewijs, randvoorwaarden, gewenste planning en budget. Deze informatie versturen we naar de Opdrachtnemer.
- Op basis van deze informatie vindt onder leiding van de Opdrachtgever een bespreking plaats, waarin de briefing besproken wordt. Indien nodig haakt het media- en/of PR-bureau in deze fase aan. Op basis van de briefing en bespreking maakt Opdrachtnemer de debrief. Opdrachtnemer levert binnen 5 werkdagen een integrale debrief voor de deelopdracht en een indicatieve planning op die is afgestemd met hierboven genoemde betrokkenen. De debrief wordt desgewenst met Opdrachtgever doorgesproken, binnen 2 werkdagen na oplevering.
- Opdrachtgever geeft binnen 3 werkdagen na oplevering en/of bespreken van de debrief, per e-mail akkoord op de debrief. Opdrachtnemer stelt binnen 2 werkdagen een offerte op voor (een deel van) de deelopdracht, waarmee ProRail direct een inkooporder (PO) aanmaakt in het bestelsysteem van ProRail. Gemiddeld duurt het verstrekken van een PO 5 werkdagen.
- In overleg vindt er een kick-off/brainstormsessie plaats met het ProRail campagneteam en indien nodig met het media- en PR-bureau.
- Bij conceptontwikkeling vindt de kitchen review binnen 2 weken na het ontvangen van PO plaats. Tijdens de review worden de eerste richtingen (minimaal drie) van het creatieve concept besproken met de Opdrachtgever. Deze richtingen zijn een op hoofdlijnen uitgewerkt voorstel van het campagne-idee en moeten aan de briefingseisen voldoen. Opdrachtnemer verwerkt alle opmerkingen van de richtingen die doorgaan naar de conceptpresentatie, totdat Opdrachtgever akkoord geeft met het houden van de conceptpresentatie aan het ProRail campagneteam.
- Bij de conceptpresentatie, die binnen 2 weken na het goedkeuren van de gekozen richting(en) plaatsvindt, zijn namens Opdrachtgever medewerkers van ProRail (het betreffende campagneprojectteam), het mediabureau en eventueel het PR-bureau aanwezig.
- De Opdrachtgever maakt binnen 5 werkdagen, timing mede afhankelijk van de gevoeligheid van het concept (dan wel niet een concepttest) en de stakeholderbetrokkenheid, een keuze voor een concept. Eventuele opmerkingen van

Opdrachtgever worden door Opdrachtnemer verwerkt in het gekozen concept. Opdrachtnemer stuurt binnen 5 werkdagen het definitieve conceptvoorstel naar Opdrachtgever.

- Per mail geeft Opdrachtgever binnen 3 werkdagen definitief akkoord op het (aangepaste) concept.
- Het mediabureau wordt gevraagd om een mediastrategie op te leveren. Deze wordt gepresenteerd aan Opdrachtnemer en Opdrachtgever.
- Na akkoord op de mediastrategie stelt Opdrachtnemer een offerte en planning op voor de uitwerking en productie. Uitwerking en productie neemt niet langer dan 2 maanden in beslag. In de planning stellen we de datum van livegang vast. Opdrachtgever doet er aan zijn kant alles aan om de uitwerking soepel te laten verlopen.
- Na akkoordbevinding door Opdrachtgever maakt Opdrachtgever een inkooporder voor de conceptuitwerking en productie aan in het bestelsysteem van ProRail.
- Daarna volgt volgens de opgestelde planning en begroting het uitwerken van het concept en de productie door Opdrachtnemer aan de hand van de door het mediabureau op te leveren materiaalbon. Afwijking van planning en begroting worden ter akkoord vooraf besproken met de Opdrachtgever. Er wordt gewerkt met maximaal twee correctierondes.
- Alle op te leveren materialen worden op afgesproken datum en na schriftelijk akkoord van de Opdrachtgever uitgeleverd aan het mediabureau (met Opdrachtgever in de cc). Uitlevering van materialen dient uiterlijk vijf werkdagen voor livegang campagne bij het mediabureau aangeleverd te worden (o.b.v. afgesproken timings met huidig gecontracteerde mediapartij, dit kan in de toekomst veranderen).

Bovenstaande werkwijze geeft aan hoe ProRail idealiter wenst te werken. Per campagne is het mogelijk afwijkende afspraken te maken, deze worden dan schriftelijk vastgelegd in de briefing, debrief of offerte. Doorlooptijden kunnen per project dan ook verschillen.

Opdrachtgever verwacht van Opdrachtnemer:

- Opdrachtnemer stelt zich in de samenwerking met Opdrachtgever open, servicegericht, proactief, coöperatief en flexibel op, kan werken volgens het vastgestelde proces waarbij afspraken worden nagekomen en biedt in alle fasen van het proces ruimte aan Opdrachtgever voor overleg, meedenken en feedback.
- Strategisch, creatief en innovatief vermogen binnen het continu veranderende creatieve- en medialandschap.
- Efficiënte, accurate uitvoering conform planning.
- Naast samenwerking met meerdere ProRail collega's ook goede samenwerking met andere leveranciers van Opdrachtgever.

Daar staat tegenover, dat Opdrachtgever alles in het werk stelt om:

- Zorgvuldig en tijdig te brieven.
- Zich aan de planning te committeren.
- Het offerte- en betalingsproces soepel te laten verlopen.
- Opdrachtnemer te voorzien van alle benodigde kennis en informatie.

### Overlegstructuur in uitvoeringsfase

Jaarlijks vinden er meerdere overleg- en evaluatiemomenten tussen opdrachtnemer en opdrachtgever plaats.

Wij hebben -naast de implementatiefase- de overleggen onderverdeeld in 3 categorieën om alle campagnes soepel te laten verlopen, zie de matrix hieronder.

Omschrijving	Wie	Borging door	Frequentie
Operationeel/Campagne-evaluatie	Campagnemanager ProRail Vaste contactpersoon Opdrachtnemer	Verslaglegging naar behoefte	Wanneer ProRail/opdrachtnemer dit nodig acht
Tactisch/statusoverleg	Campagnemanager en contractmanager ProRail Accountmanager/director Opdrachtnemer	Verslag Opdrachtnemer en overzicht lopende opdrachten	Tweewekelijks of zoveel vaker of minder vaak als nodig
Strategisch/Contractevaluatie	Contractmanager ProRail Management C&EB ProRail Campagnemanager ProRail Accountmanager/director Opdrachtnemer Management Opdrachtnemer	Verslag Opdrachtnemer	Jaarlijks of zoveel vaker als nodig

#### Operationeel / Campagne-evaluatie

Per campagne bespreken we tijdens de briefingsfase hoe we de campagne evaluatie inrichten. ProRail doet hiervoor in de briefing al een voorstel. Campagne-evaluatie bestaat uit een eindevaluatie en eventueel 1 of meerdere tussenevaluaties (afhankelijk van de duur en de grootte van de campagne). Aan de hand van periodiek campagne-effectonderzoek, online monitoring en realisatiecijfers worden campagnes (en andere projecten) geëvalueerd, waarbij de behaalde resultaten naast de doelstellingen worden gelegd.

#### *Tactisch/ Statusoverleg*

Periodiek (bv maandelijks) vindt er een overleg plaats tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer waarin de lopende projecten worden besproken; de samenwerking, uitblinkers, knelpunten en de financiële verantwoording van deze projecten in een rapportage door de Opdrachtnemer aan te leveren. Indien gewenst kan ProRail ook eventuele onderaannemers en/of samenwerkende leveranciers (bijvoorbeeld mediabureau of productiemaatschappij) hierbij aanhaken. Frequentie wordt afgestemd in de SLA.

#### *Strategisch/ Contractevaluatie*

Minimaal eenmaal per jaar evalueren we de overeenkomst. Hierbij komen inhoudelijk in ieder geval de volgende algemene zaken aan de orde:

- Communicatie/houding/mentaliteit
- Afstemming/coördinatie/planning
- Contractueel/afspraken nakomen
- Kwantitatieve aspect uitvoering dienstverlening (zoals het behalen van de KPI's en de planning).
- Kwaliteit uitvoering dienstverlening (waaronder professionaliteit en deskundigheid)
- Resultaten van uitgevoerde projecten en campagnes
- Financieel/administratief
- Punten vanuit Opdrachtnemer
- Overige zaken: Op basis van de evaluatie kan het zijn dat zaken aangepast dienen te worden of te worden verbeterd. In het laatste geval kan een verbeterplan of plan van aanpak worden gevraagd door Opdrachtgever. Opdrachtnemer dient aan dergelijke verzoeken invulling te geven.

#### **Verslaglegging en rapportage**

##### *Verslaglegging*

De Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor verslaglegging van de overleggen. Deze verslagen worden binnen 2 werkdagen na het overleg door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekt.

##### *Rapportage*

Ieder statusoverleg verstrekt opdrachtnemer een overzicht met update van lopende opdrachten, op te starten opdrachten en afgeronde opdrachten. De inhoud van dit overzicht wordt in de implementatiefase vastgesteld.

## 5. Contractmanagement

### 5.1. Contractmanagement

Het contractmanagement wordt gevoerd aan de hand van de vast te stellen KPI's. Deze KPI's gaan over:

- de werkwijze,
- samenwerking en
- kwalitatieve output/evaluatie van campagne.

Deze zullen na gunning verder ingevuld worden. Deze KPI's worden minimaal jaarlijks tijdens de contractevaluatie besproken (zie paragraaf 4.2).

### 5.2. Taken, rollen en verantwoordelijkheden

Rol	Verantwoordelijkheden
C&EB-management	Eindverantwoordelijk voor de te leveren diensten en producten.
Campagnemanager	Campagnemanager is verantwoordelijk voor de inhoud en daarmee inhoudelijk aanspreekpunt voor opdrachtnemer.
Contractmanager	Contractmanager is verantwoordelijk voor het proces van contract- en leveranciersmanagement, het managen van contracten en KPI's overkoepelend. De contractmanager is op de hoogte van trends en ontwikkelingen bij de klant en de markt.

## 6. Programma van Eisen

Onderwerp	Eis
<b>Algemeen</b>	De Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor alle gecontracteerde werkzaamheden die door hemzelf en/of eventuele onderaannemers en/of combinanten verricht worden.
	Opdrachtnemer committeert zich aan de gestelde eisen, voorwaarden, werkwijzen en verwachtingen genoemd in de aanbestedingsdocumenten.
	De Opdrachtnemer voldoet gedurende de gehele contractperiode, voor alle te leveren diensten en producten, aan de geldende wet- en regelgeving. Ook daar waar het haar eventuele onderaannemers en combinanten betreft. Te denken valt aan: de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, de richtlijnen van de International Labour Organization (ILO) gerespecteerd, de Europese richtlijnen ten aanzien van het gebruik van chemische stoffen, beschreven in de Verordening (EG) nr. 1907/2006 in acht te nemen.
	De Opdrachtnemer werkt uitsluitend samen met leveranciers waarmee kan worden voldaan aan alle contractuele verplichtingen betreffende de te leveren diensten, alsmede kwaliteitseisen en vigerende wet- en regelgeving.
<b>Dienstverlening</b>	Opdrachtnemer stelt een vast team beschikbaar voor het account van Opdrachtgever die proactief adviseert, op zowel strategisch, tactisch als operationeel niveau. (Een deel van) dit team is aanwezig bij de presentatie in de gunningsfase.
	Opdrachtnemer heeft één vast contactpersoon/aanspreekpunt (inclusief vervanging bij ziekte of verlof) beschikbaar voor de Opdrachtgever.
	Opdrachtnemer richt zich met de dienstverlening voor Opdrachtgever alleen op Nederland, tenzij anders wordt aangegeven in de briefing door de Opdrachtgever.
	De Diensten dienen in de Nederlandse taal te worden geleverd. Partijen kunnen ten aanzien van bepaalde documenten overeenkomen dat die in een andere taal dan de Nederlandse mogen worden opgesteld. Dit vindt dan in goed overleg met de Opdrachtgever plaats.
	Implementatiekosten mogen gefactureerd worden op basis van daadwerkelijk gemaakte uren, gemaximeerd tot 4000 euro.
	Opdrachtnemer kan pas starten met uitvoering na ontvangst Purchase Order-nummer. Zonder Purchase Order-nummer kan er geen facturatie plaatsvinden.
<b>Strategie</b>	Opdrachtnemer is in staat de essentie uit briefings te halen en deze te vertalen naar effectieve campagnestrategieën, concepten en uitgewerkte producten van hoogwaardige kwaliteit (per (deel)project te bepalen aan de hand van de briefing).
	Opdrachtnemer weet de doelstellingen van de Opdrachtgever op basis van de inzichten in de doelgroep en kennis van campagnes op effectieve wijze toe te passen in de campagnestrategie, het campagneconcept en de uitwerking in middelen, content en acties. Hierbij combineert de Opdrachtnemer zonder enige moeite online- en offline-middelen met een sterke focus op online.
	Bij de ontwikkeling van strategieën en creatieve concepten wordt gebruik gemaakt van: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marktdata zoals CBS en SCP-data,</li> <li>2. Relevante doelgroep inzichten</li> <li>3. Benchmarks van learnings eigen klanten.</li> </ol>
	Opdrachtnemer heeft indien relevant oog voor eventuele regionale en demografische verschillen in de doelgroepen en vertaalt dit door in concepten en middelen.
	Opdrachtnemer biedt nieuw perspectief (inspelen op trends en ontwikkelingen) en creatieve oplossingen (vernieuwende ideeën) voor het behalen van de doelstellingen van de Opdrachtgever. Opdrachtnemer houdt hierbij rekening met de laatste ontwikkelingen in het medialandschap (bijv. AI), trends relevant voor

	creatie en de learnings van soortgelijke werkzaamheden gevoerd voor Opdrachtgever (of andere opdrachtgevers).
<b>Ervaring</b>	Opdrachtnemer zet per opdracht medewerkers in die qua ervaring in staat zijn de werkzaamheden zelfstandig en efficiënt uit te voeren. Daarnaast worden niet meer senioren medewerkers of meer medewerkers in aantal ingezet dan nodig. Bijvoorbeeld strategie vraagt om de inzet van een senior (>5 jaar ervaring), uitvoerend werk kan gedaan worden door junior (>1 jaar ervaring).
	Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat deze beschikt over strategisch, creatief en innovatief vermogen. Dat betekent dat zij in haar strategieën rekening houdt met ontwikkelingen en trends en medialandschap die relevant zijn voor de Opdrachtgever en voor iedere doelgroep de meest effectieve middelen (op advies van het mediabureau) kan ontwikkelen en uitwerken.
	Opdrachtnemer beschikt over politiek-bestuurlijke sensitiviteit om adequaat en flexibel te kunnen inspelen op wensen en behoeften van de Opdrachtgever. Wensen en behoeften die voortvloeien uit veranderingen in de politieke, bestuurlijke en maatschappelijke context van de campagnes. Ook de publieke opinie kan van invloed zijn op actuele of te voeren campagnes. Opdrachtnemer denkt en beweegt maximaal mee met situaties en omstandigheden die kunnen leiden tot aanpassingen in de campagnes.
<b>Creatie &amp; uitwerking</b>	Opdrachtnemer is in staat de essenties uit briefings te halen en deze te vertalen in effectieve campagnestrategieën, concepten en uitgewerkte middelen van hoogwaardige kwaliteit. Dit alles sluit aan bij de doelgroep, het (campagne)doel en het opgegeven budget.
	Verantwoordelijkheid om veilig en volgens de regels te werken is primair verantwoordelijkheid van Opdrachtnemer:
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (Medewerkers van) Opdrachtnemer die gaan filmen/fotograferen zijn (indien nodig) in het bezit van een dagpas (verstrekkt door ProRail) of veiligheidspaspoort (zie <a href="https://www.railcenter.nl/dvp">https://www.railcenter.nl/dvp</a> voor meer informatie en kosten Opdrachtnemer). Dit dient behaald te zijn voorafgaand aan het uitvoeren van de eerste opdracht. De medewerkers kunnen hun veiligheidspaspoort altijd tonen.</li> <li>- (Medewerkers van) Opdrachtnemer houden zich altijd aan de Richtlijn: gedragsregels op spoorwegterreinen (RLN00300) indien van toepassing. Zie: <a href="https://www.prorail.nl/siteassets/homepage/samenwerken/vervoerders/documenten/richtlijn-gedragsregels-spoorterrein-240119.pdf">https://www.prorail.nl/siteassets/homepage/samenwerken/vervoerders/documenten/richtlijn-gedragsregels-spoorterrein-240119.pdf</a></li> <li>- (Medewerkers van) Opdrachtnemer zijn in het bezit van een NS toestemmingsbrief voor het filmen/fotograferen op stations en perrons, en volgen de daar geldende regels. Voor meer informatie en bijbehorende gedragsregels die gelden, zie: <a href="https://nieuws.ns.nl/filmen-en-fotograferen">https://nieuws.ns.nl/filmen-en-fotograferen</a></li> <li>- (Medewerkers van) Opdrachtnemer dragen persoonlijke beschermingsmiddelen op de locaties waar dit verplicht is.</li> </ul>
	Opdrachtnemer conformeert zich aan en handelt volgens Beeld- en geluidregels van ProRail volgens 'Beleid beeld en geluid: Gebruik voor communicatiedoeleinden door ProRail', zie bijlage X.
	Opdrachtnemer is, als ProRail dit nodig acht, verantwoordelijk voor het laten ondertekenen van toestemmingsverklaringen, conform model van ProRail, door participanten als zij voorkomen in beeld/geluid-opnames en vervolgens deze getekende verklaringen aan ProRail te verstrekken.
	Hergebruik van beeld of ander campagnemateriaal is mogelijk. Ruw materiaal en montages worden door opdrachtnemer minimaal één jaar bewaard voor hergebruik tenzij anders overeengekomen.
	De gemaakte video's worden gedeeld met opdrachtgever in een gesloten, digitale omgeving waarin zowel opdrachtnemer als opdrachtgever beelden kan uploaden en downloaden. Daarbij kan opdrachtgever per tijdcode feedback geven op een video. In de digitale omgeving kan incidenteel ook ruw materiaal gedeeld worden, zodat opdrachtgever kan meekijken welke beelden geschikt zijn voor de video. Opdrachtgever wordt eigenaar van de eindproducten.
<b>Samenwerking</b>	Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat deze een strategische partner wordt van de Opdrachtgever voor alle te ontwikkelen campagnes. Opdrachtnemer volgt de wensen en vragen van de Opdrachtgever op, en geeft tevens gevraagd en ongevraagd advies. Strategisch partnership houdt ook in dat Opdrachtnemer inhoudelijk en procesmatig regie voert op de ontwikkeling van de diverse opdrachten.
	Opdrachtnemer heeft up-to-date kennis van Opdrachtgever als organisatie en haar stakeholderveld zodat passende en onderscheidende creatieve concepten en content ontwikkeld kunnen worden die passen bij de vraag en bijdragen aan het behalen van de doelstellingen.

	Opdrachtnemer moet op de hoogte zijn van actuele berichtgeving van en/of over Opdrachtgever en flexibel zijn in het aanpassen of zelfs staken van opdrachten aan/door de veranderende context. Denk hierbij aan (ernstige) incidenten of storingen op en rond het spoor, stakingen of nieuws met grote impact zoals Oekraïne). Opdrachtnemer denkt en beweegt maximaal mee met situaties en omstandigheden die kunnen leiden tot aanpassingen in de campagnes, content inzet.
	Opdrachtnemer stelt zich in de samenwerking met Opdrachtgever open, servicegericht, proactief, coöperatief en flexibel op, kan werken volgens het vastgestelde proces waarbij afspraken worden nagekomen en biedt in alle fasen van het proces ruimte aan de Opdrachtgever voor overleg, meedenken en feedback. Opdrachtnemer is ook in staat om zich flexibel op te stellen bij onvoorziene omstandigheden en pieken in de werkbelasting op te vangen.
<b>Samenwerking andere Opdrachtnemers</b>	Van Opdrachtnemer wordt verwacht waar nodig nauw samen te werken met andere door Opdrachtgever gecontracteerde leveranciers om benodigde expertises te bundelen. Te denken valt aan het mediabureau en/of het bureau dat verantwoordelijk is voor campagne-effect onderzoek. Hierbij verwacht ProRail dat een coöperatieve, flexibele insteek leidend is.
<b>Systemen</b>	Opdrachtgever en Opdrachtnemer werken samen vanuit 1 nader te bepalen digitaal samenwerkingsprogramma, bijvoorbeeld Teams, waarin alle projecten worden voorbereid en beheerd.
<b>Contract-management</b>	<p>Opdrachtnemer conformeert zich aan hoofdstuk 4, Onze samenwerking en de bijbehorende werkwijze en overlegstructuur. Overleggen kunnen plaatsvinden samen met het onderzoeksbureau, mediabureau en/of PR-bureau.</p> <p>De Opdrachtnemer committeert zich aan de SLA en bijbehorende KPI's die in de implementatiefase door Opdrachtgever en Opdrachtnemer verder worden opgesteld.</p> <p>Voor kleinere opdrachten waarop de voorgestelde werkwijze niet van toepassing is komen Opdrachtgever en Opdrachtnemer een aparte werkwijze en planning overeen. Opdrachtgever doet een voorstel in de briefing. Na definitief vaststellen van de werkwijze en planning committeert Opdrachtnemer zich aan deze werkwijze en planning.</p> <p>Voor iedere deelopdracht formuleert Opdrachtgever in het briefingsdocument doelstellingen en/of KPI's die relevant zijn voor de deelopdracht. Deze doelstellingen/ KPI's worden besproken tijdens de debrief, waarbij Opdrachtgever openstaat voor feedback vanuit Opdrachtnemer. Na definitieve vaststelling committeert Opdrachtnemer zich aan deze KPI's.</p> <p>Opdrachtnemer garandeert de continuïteit en uitvoering van de opdrachten binnen de opgegeven tijd conform de gemaakte afspraken. Opdrachtnemer verplicht zich ertoe opdrachtnemer onverwijld op de hoogte te stellen indien blijkt dat één of meerdere fatale termijnen niet zullen worden gehaald en om te overleggen om tot een oplossing te komen.</p> <p>Opdrachtnemer garandeert de uitvoering van de opdrachten binnen het opgegeven budget conform de gemaakte afspraken. Opdrachtnemer verplicht zich ertoe opdrachtnemer onverwijld op de hoogte te stellen indien blijkt dat budgetten worden overschreden.</p> <p>Opdrachtgever kan van de Opdrachtnemer een plan van aanpak (verbeterplan) verlangen indien de evaluatie van de KPI's hiertoe aanleiding geven. Dit is verder uitgewerkt in lid 9 van de Raamovereenkomst.</p>
<b>Kosten en facturatie</b>	<p>Opdrachtnemer werkt na gunning mee aan het opstellen van een menukaart voor de interne ProRail-organisatie waarin prijsranges per type dienstverlening worden vastgesteld volgens de ingediende prijzen in de aanbesteding.</p> <p>Opdrachtnemer is gehouden om de in uitvraag geoffreerde all-in tarieven te hanteren waarin alle bijkomende kosten (bijvoorbeeld managementrapportages, materiaal en apparatuur, montagefaciliteiten, overheadkosten, reis- en verblijfkosten) zijn verwerkt.</p> <p>Facturatie vindt plaats op basis van daadwerkelijk gewerkte uren.</p>
<b>Evaluatie en optimalisatie</b>	<p>Elke campagne dient geëvalueerd te worden, waarbij behaalde resultaten, gemaakte afspraken en het proces besproken wordt. Invulling van de werkwijze wordt tijdens implementatiefase gezamenlijk afgestemd.</p> <p>Benodigde optimalisaties aan campagnemiddelen die voortvloeien uit (tussentijdse) evaluaties met mediabureau worden in overleg met Opdrachtgever door Opdrachtnemer opgepakt.</p>

<b>Diversiteit &amp; Inclusie</b>	<p>Nieuw te ontwikkelen campagnes, communicatiemiddelen en content voldoen aan de richtlijnen van het diversiteit &amp; inclusie beleid van ProRail (zie <b>bijlage X</b>). Dit vraagt van alle betrokkenen bij de ontwikkeling van nieuw communicatiemateriaal en campagnes, zowel aan ProRail zijde als aan de zijde van de opdrachtnemer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• awareness op de verschillende diversiteitsthema's (inclusief vermogen);</li> <li>• kennis van inclusieve taal;</li> <li>• kennis van de valkuilen, zoals: principe van 1 maakt nog geen diversiteit maar is de afwijking toevoegen aan de norm;</li> <li>• waar mogelijk een divers samengesteld ontwikkelteam voor borging inclusieve campagnes communicatiemiddelen en content.</li> </ul>
<b>Duurzaamheid</b>	<p>Opdrachtnemer spant zich in voor het produceren van campagnemiddelen van duurzame materialen. Hiermee bedoelen we circulariteit, dematerialisatie en voorkomen van afval.</p>
	<p>Opdrachtnemer spant zich in voor het produceren van milieubewuste campagnemiddelen, content en processen. Hiermee bedoelen we het voorkomen van gebruik van schadelijke stoffen. Bijvoorbeeld door het gebruik van pvc-vrije materialen, gebruik van oplossingsvrije inkt en op waterbasis of materialen die biologisch afbreekbaar zijn. Bij het produceren van de diverse uitgevraagde middelen is de Opdrachtnemer verplicht de Europese richtlijnen ten aanzien van het gebruik van chemische stoffen, beschreven in de Verordening (EG) nr. 1907/2006 in acht te nemen.</p>
	<p>De Opdrachtnemer conformeert zich aan het verbeteren van arbeidsomstandigheden, mensenrechten en leefbaar loon in de gehele keten. Zie <a href="https://www.pianoo.nl/nl/themas/maatschappelijk-verantwoord-inkopen/ketenverantwoordelijkheid-internationale-sociale">https://www.pianoo.nl/nl/themas/maatschappelijk-verantwoord-inkopen/ketenverantwoordelijkheid-internationale-sociale</a></p>



# Bijlagen

**Annex X: Inkoopvoorwaarden ProRail 2023**

Deze wordt in gunningsfase verstrekt.

**Annex X: Richtlijn-gedrageregels-spoorterrein-240119**

Deze wordt in gunningsfase verstrekt.

**Annex X: Beleid Beeld & Geluid ProRail**

Deze wordt in gunningsfase verstrekt.

**Annex X: Beleid diversiteit en inclusie**

Deze wordt in gunningsfase verstrekt.