

Algemene informatie

Aanbesteding: Bureau voor strategische merkontwikkeling en design
Aanbestedende Dienst: Gemeente Apeldoorn, team Inkoop
Referentie: -

Toelichting:

Vraag en antwoord

Ref.nr. 104
Onderwerp: Bijlage K - Casus 'De aantrekkelijke binnenstad'

Vraag:

We zien in de communicatiestrategie 'Apeldoorn Ontwikkelt' (bijlage O) in verschillende uitingen deze titel terugkomen. Is het de bedoeling dat we 'Apeldoorn Ontwikkelt' ook als slogan laten terugkomen in de uitwerking van de twee middelen, of zijn we vrij een nieuwe slogan te bedenken?

Antwoord:

Gemeente Apeldoorn kent geen slogan bij het merk. We zien 'Apeldoorn Ontwikkelt' niet als slogan. Apeldoorn is het communicatieconcept dat alle activiteiten van Stadmaken op de Veluwe communicatie verbind voor de inwoners. De groene loper is een visueel element ter ondersteuning van dit communicatieconcept. Ja, vanuit de communicatiestrategie van de casus zien we de tekst en het element graag terug in de middelen. Nee, het is niet toegestaan om een nieuwe slogan te bedenken.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr. 105
Onderwerp: Nota van Inlichtingen - vraag 29

Vraag:

In uw antwoord verwijst u naar het antwoord op vraag 49, maar hierin lezen we geen passend antwoord op onze vraag. Kunt u een passend antwoord formuleren op vraag 29?

Antwoord:

Het concept wat gepresenteerd wordt, komt overeen met het beleid van de gemeente t.a.v. merk en huisstijl. Hier zit geen tegenstrijdigheid in of ruimte voor interpretatie; het concept is herkenbaar en in lijn met ons merk- en huisstijlbeleid.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr.

106

Onderwerp:

Nota van Inlichtingen - vraag 32

Vraag:

In uw antwoord verwijst u naar het antwoord op vraag 49, maar hierin lezen we geen passend antwoord op onze vraag. Kunt u een passend antwoord formuleren op vraag 32?

Antwoord:

Het had antwoord 48 moeten zijn waar wij naar verwezen. Een binnenstad die groener, duurzamer en aantrekkelijker is om te wonen, werken, leven en beleven, vraagt om slimme keuzes voor het verkeer. Meer ruimte voor groen betekent namelijk minder ruimte voor auto's. Bezoekers blijven uiteraard van harte welkom in ons centrum, maar we gaan het doorgaand verkeer omleiden. Daarom voeren we drie afsluitingen door in de binnenstad. Dit betreft de Stationsstraat (tussen Kalverstraat en Kanaalstraat), de Molenstraat Centrum (tussen Stationsstraat en Korte Molenstraat) en het Stationsplein (tussen Stationsstraat en Sophialaan). Dit betekent niet dat voertuigen deze straten niet meer in mogen, maar dat ze moeten keren als hun bestemming verder ligt. Garages, het winkelgebied en het woongebied blijven goed

bereikbaar.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr.

107

Onderwerp:

Nota van Inlichtingen - vraag 33

Vraag:

In uw antwoord verwijst u naar het antwoord op vraag 49, maar hierin lezen we geen passend antwoord op onze vraag. Kunt u een passend antwoord formuleren op vraag 33?

Antwoord:

Het had antwoord 48 moeten zijn waar wij naar verwezen. Een binnenstad die groener, duurzamer en aantrekkelijker is om te wonen, werken, leven en beleven, vraagt om slimme keuzes voor het verkeer. Meer ruimte voor groen betekent namelijk minder ruimte voor auto's. Bezoekers blijven uiteraard van harte welkom in ons centrum, maar we gaan het doorgaand verkeer omleiden. Daarom voeren we drie afsluitingen door in de binnenstad. Dit betreft de Stationsstraat (tussen Kalverstraat en Kanaalstraat), de Molenstraat Centrum (tussen Stationsstraat en Korte Molenstraat) en het Stationsplein (tussen Stationsstraat en Sophialaan). Dit betekent niet dat voertuigen deze straten niet meer in mogen, maar dat ze moeten keren als hun bestemming verder ligt. Garages, het winkelgebied en het woongebied blijven goed bereikbaar.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen: P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op: 10 apr. 2025

Ref.nr.
108

Onderwerp:
Nota van Inlichtingen - Vraag 82

Vraag:

Is Gemeente Apeldoorn voornemens om de praktijkvoorbeelden daadwerkelijk te checken en zo ja, is het de bedoeling dat we per praktijkvoorbeeld contactgegevens aanleveren?

Antwoord:

Ja, de gemeente Apeldoorn is voornemens om de de referenties daadwerkelijk te checken. De contactgegevens worden opgevraagd in Bijlage C referentieformulier.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen: P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op: 10 apr. 2025

Ref.nr.
109

Onderwerp:
Aanbesteding beschrijvend document - Kwaliteitscriterium 1: casus creatie campagneconcept

Vraag:

Onze ervaring is dat een presentatie die schriftelijk ingediend moet worden, meer context en informatie moet bevatten dan een presentatie die mondeling wordt toegelicht. Is het toegestaan om voor de presentatie die op 14 mei gegeven wordt een andere, simpelere versie van het bestand te gebruiken, mits de strategie en de uitwerkingen van middelen hetzelfde zijn?

Antwoord:

Ja, waarbij ook voor de schriftelijke versie een maximum is van één concept-voorstel . Het maximum aantal pagina's hiervoor is 20 A4. En bijbehorend twee keer een uiting (zie regel 21/49).

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr.

110

Onderwerp:

Nieuwe bijlage Illustratiestijl en antwoord op vraag 5

Vraag:

Is er, naast de illustratiestijl, iets vastgelegd m.b.t. animaties en infographics? En is er meer vastgelegd m.b.t. hoe video's gemaakt worden? In Bijlage L zijn hier slechts de opmaak-elementen voor video benoemd.

Antwoord:

We werken met een vaste stijl voor infographics en video's. Dit is alleen nog niet vastgesteld in ons merkboek. We voegen een bijlage toe van een opgemaakte infographic.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr.
111

Onderwerp:
Antwoord op vraag 70

Vraag:

U geeft een toelichting op het begrip ‘profileringsopdracht’ waarbij u aangeeft dat de organisatie zich duidelijk/uniek dient te onderscheiden van anderen. Ten opzichte van wie of wat moet de Gemeente Apeldoorn zich onderscheiden? Of gaat het om een verbeterde zichtbaarheid (of duidelijke afzender) van de Gemeente ten opzichte van andere entiteiten binnen Apeldoorn. Kunt u dit nader verklaren of voorbeelden geven?

Antwoord:

In de context van een profileringsopdracht voor de Gemeente Apeldoorn gaat het in de eerste plaats om het versterken van de zichtbaarheid en herkenbaarheid van de gemeente als duidelijke afzender. De gemeente moet in communicatie-uitingen beter en consequenter naar voren komen, zodat inwoners, ondernemers en partners meteen weten dat het om een initiatief of boodschap van de gemeente gaat. Het gaat niet om het onderscheiden van andere gemeenten of concurrenten, maar om het duidelijker positioneren van de Gemeente Apeldoorn binnen de eigen stad en regio.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr.
112

Onderwerp:
Presentatie

Vraag:

Hoe wordt voorkomen dat er een te groot aantal partijen een presentatie moet geven aan Opdrachtgever? Dit gelet op de administratieve lasten.

Antwoord:

Ter beperking van de administratieve lasten heeft Opdrachtgever enkel een wijziging aangebracht in de scoringsmethodiek en in kwaliteitscriterium

'Casus creatie campagne'. De overige tekst is ongewijzigd gebleven. De strekking van deze wijzigingen behelst het transparanter maken van de wijze waarop de scores worden toegekend en een beperking van het aantal te geven presentaties middels een kwaliteitsdrempel. Opdrachgever heeft hiertoe een gewijzigd beschrijvend document geüpload, tezamen met Bijlage P - Toekenning scores. Hierbij zijn de te geven scores aangepast naar de cijfers 1, 4, 7, 9, 10 in plaats van scores van 1 t/m 10. Daarbij is omschreven hoe de scores behaald kunnen worden. Tenslotte is in het beschrijvend document de volgende passage opgenomen: 'Ieder individueel lid van de beoordelingscommissie scoort in eerste instantie elke inschrijving voor zichzelf op de genoemde onderdelen. Daarna worden deze scores plenair afgestemd en wordt er per criterium in consensus een definitieve score vastgesteld. Inschrijvers dienen initieel op ieder kwaliteitsonderdeel minimaal de score 7 (voldoende) te hebben behaald. Inschrijvingen die hier niet aan voldoen worden terzijde gelegd. Inschrijvingen die hier wel aan voldoen worden uitgenodigd voor het geven van een presentatie zoals benoemd bij kwaliteitscriterium 'Casus creatie campagneconcept'. Voor de presentatie geldt dat ieder individueel lid van de beoordelingscommissie de initieel vastgestelde score op dit onderdeel voor zichzelf naar boven of naar beneden bijstelt. Tenslotte wordt ook de definitieve score voor dit kwaliteitscriterium in consensus vastgesteld'.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling, campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025

Ref.nr.

113

Onderwerp:

Bijlage L

Vraag:

In Bijlage L wordt verwezen naar de schrijfwijzer, deze kan alleen niet geopend worden. Zou u de schrijfwijzer nog kunnen bijvoegen.

Antwoord:

De schrijfwijzer is te lezen via de volgende link: <https://intranet.apeldoorn.nl/DATA/TRA/docs/servicepunt/Communicatie>

/schrijfwijzer_2024_huisstijl_nieuw.pdf .

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Percelen:

P1 Bureau voor strategische merkontwikkeling,
campagne en design

Beantwoord op:

10 apr. 2025