

Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Beschrijvend Document, Hoofdstuk 1.3	In paragraaf 1.3 van het Beschrijvend Document wordt een maximale waarde van € 3.000.000,- exclusief btw genoemd. Kunt u bevestigen of dit bedrag inclusief de optionele diensten (fotografie, videografie, copywriting/vertaling) is begroot?	Ja, dat kan indien dit onderdeel is van de nadere opdracht en zal dit door één van de geselecteerde bureaus (of onderaannemer) worden uitgevoerd. Let wel, de € 3.000.000,- betreft de maximale waarde van de raamovereenkomst, niet de geschatte raming. Indien deze maximale waarde de € 3.000.000,- bereikt zal een nieuwe aanbesteding moeten volgen.
2	Formulier C2a Programma van Wensen – Gu2.1	Voor Gu2.1 Portfolio: moeten de drie gevraagde portfolio-opdrachten uit verschillende opdrachtgevers afkomstig zijn, of mogen meerdere opdrachten van dezelfde opdrachtgever worden ingediend mits ze aan de specialismes voldoen?	Het gaat in totaal om 3 portfolio-opdrachten die inzicht geven in de door uw organisatie uitgevoerde werkzaamheden op het gebied van de onderstaande specialismes: <ul style="list-style-type: none"> • Corporate en interne communicatie • Werving/aankoopactivatie • Opdracht met een internationale component De portfolio opdrachten mogen allemaal voor 1 opdrachtgever zijn, mits ze aan bovengenoemde voorwaarden voldoen. Wel kan het zo zijn dat een portfolio met meerdere opdrachtgevers een breder en diverser beeld geeft. De keuze laten we aan de inschrijver, maar lever in elk geval niet meer dan 3 portfolio-opdrachten aan.
3	Formulier B Referenties – kerncompetenties	Voor de kerncompetentie 'kennis en ervaring met AI' (Formulier B): volstaat een opdracht waarin AI slechts ondersteunend is toegepast (bijv. beeldbewerking of copy-editing), of wordt actieve inzet in middelenontwikkeling verwacht?	De insteek is dat we kunnen beoordelen of de inschrijver actief kennis vergaart over en ervaring heeft met actuele ontwikkelingen in het vakgebied marketingcommunicatie. Een voorbeeld hiervan is AI, maar het kan ook om doelgroepkennis, nieuwe trends in het vakgebied of andere actuele ontwikkelingen gaan. Daar waar het Ai betreft, volstaat de inzet op ondersteunend niveau of stappen in het proces om te komen tot een eindproduct. Volledige middelenontwikkeling via Ai kan ons ook inzicht geven in de kennis en ervaring van de Inschrijver, maar is op dit moment niet de richting die NHL Stenden kiest voor eigen middelenontwikkeling omdat authenticiteit voor ons erg belangrijk is. De beoordeling op de kerncompetenties betreft een geschiktheids criterium, geen waarde beoordeling. Het voldoet of voldoet niet.
4	Formulier C1 Programma van Eisen – eis 2.2	Bij eis 2.2 (spoedopdrachten): geldt de termijn van 48 uur voor conceptoplevering ook bij omvangrijke opdrachten (bijvoorbeeld videoproducties), of kan in overleg een aangepaste termijn gelden?	Bij spoedopdrachten houden we er rekening mee wat in redelijkheid gevraagd kan worden binnen 48 uur. Wanneer een videoproductie gevraagd wordt, dan is overleg over de vorm, uitgebreidheid van de productie en de haalbaarheid uiteraard mogelijk.

5	Formulier C2a Programma van Wensen – Gu2.3	Voor Gu2.3 Casus: Moet het conceptontwerp voor social advertising en de infographic uitgewerkt zijn in NHL Stenden-huisstijl, of volstaat een neutrale creatieve uitwerking?	Dit is aan de inschrijvers zelf, wel stellen we hiervoor een beknopte versie van het huisstijlhandboek en het merktconcept op aanvraag beschikbaar. Indien u hier gebruik van wilt maken kunt u een email sturen naar Laura Oosterhoff (via inkoop@nhlstenden.com) met het verzoek daartoe, evenals een emailadres en naam naar wie we dit kunnen toesturen. Geef daarbij in het onderwerp van de email duidelijk aan dat het gaat om het opvragen van Huisstijlhandboek en Merktconcept m.b.t. EA Reclamebureau.
6	Formulier C2a Programma van Wensen – Gu2.3 (budget)	Voor Gu2.3 Casus: mag de fictieve begroting (€ 30.000) ook een interne urenverdeling bevatten, of verwacht u enkel de berekening van kosten naar middelen (media-inzet, creatie, etc.)?	Jazeker, het geeft juist inzicht wanneer de offerte een interne urenverdeling bevat, echter geen uurtarieven vermelden, deze uurtarieven dienen inschrijvers uitsluitend te vermelden op het prijzenblad.
7	Beschrijvend Document, Hoofdstuk 1.3	Het doel van deze aanbesteding is te komen tot een raamovereenkomst met minimaal 2 en maximaal 3 Inschrijvers. De raamovereenkomst kent een maximale waarde van € 3.000.000,- exclusief BTW en afgesproken indexatie, inclusief verlengingsopties en optionele dienstverlening. → Wordt de genoemde waarde van de raamovereenkomst evenredig verdeeld over de inschrijvers?	De waarde van € 3.000.000,- is een fictieve maximale waarde. Elders in de documenten wordt een realistische inschatting per jaar gemaakt, dit is circa 200.000,- tot 300.000,-. De opdrachten worden verdeeld via objectieve mechanismen, zoals minicompetities of toewijzing op basis van specifieke expertise. Bij gelijke geschiktheid van bureaus zorgt Opdrachtgever voor een geschikte verdeling. In voorkomende gevallen kan het zijn dat offertes, planning en oplevertijden worden opgevraagd en de keuze op basis daarvan wordt genomen, dit communiceren we van tevoren in de uitvraag bij de nadere opdracht.
8	Beschrijvend Document, Hoofdstuk 1.4 (Verdeling opdrachten)	Opdrachten worden verdeeld via objectieve mechanismen, zoals minicompetities of toewijzing op basis van specifieke expertise. → Kunnen jullie objectieve mechanismen specificeren? Wat houdt dit concreet in? → Betekent dit dat er gedurende de raamovereenkomst de inschrijvers elkaar moeten 'pitchen'? Staat hier een vergoeding tegenover of zijn dit onbetaalde competities?	We verwijzen hier naar het antwoord bij vraag 7. Dit zijn onbetaalde competities.
9	GU2.3 casus	Bij de beoordelingscriteria wordt benoemd dat de casus consistentie met het merk moet bevatten. Is hier documentatie van beschikbaar die meer verteld over het merk en de positionering?	Zie hiervoor het antwoord op vraag 5
10	Inschrijfprocedure - 2.1 Planning	Uiterste datum voor ontvangst inschrijvingen is 3 november. Dit is gezien de inhoud van de aanbesteding krap. Is er ruimte om deze planning aan te passen?	We kunnen tegemoet komen in dit verzoek en hebben de inschrijftermijn en verdere planning zoals de dagen voor de toelichting en de presentatie opgeschort, zie hiervoor TenderNed en de Nieuwe planning" onder de 1e nota van Inlichtingen.

11	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo-scholieren.	Kan Opdrachtgever de belangrijkste huidige partnerschappen benoemen die van belang kunnen zijn voor deze opdracht?	Decanenennetwerk, relaties met scholen, online studiekeuzeplatforms, landelijke netwerken landelijk platform voortgezet onderwijs.
12	Formulier D Prijzenblad	Wat verstaat Opdrachtgever onder "Communicatie advies" op tactisch niveau?	Hieronder verstaan we een uitwerking in concrete plannen, kanalen en middelen op opdrachtniveau. Tactisch advies kan dan bijvoorbeeld bestaan uit een marketingcommunicatieplan voor de introductie van een nieuw product (opleiding, cursus, event), inclusief advies over de meest geschikte communicatiemiddelen en -kanalen voor een campagne.
13	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Budget.	Opdrachtgever geeft aan dat het budget voor deze opdracht €30.000 is inclusief media-inzet. Kunt u aangeven wat wordt bedoeld onder media inzet? Als met de media inzet ook de van media-inkoop wordt bedoeld, dan valt het buiten de scope van deze aanbesteding. Inschrijvers, anders dan de huidige Opdrachtnemers, hebben dan geen inzicht in kosten van de diverse media van de huidige overeenkomsten. Hoe zorgt Opdrachtgever er dan voor dat voor alle Inschrijvers een gelijk speelveld ontstaat?	Ook huidige opdrachtnemers in deze aanbesteding hebben geen inzicht in de kosten van media inkoop van NHL Stenden. Inkoop van offline media en online media zijn bij andere aanbesteedde partijen belegd en vallen buiten de scope van deze aanbesteding. In deze casus wordt gevraagd om de inzet van middelen en/of activiteiten te beschrijven. Voor de uitwerking van de casus moeten inschrijvers hiervoor een realistische weergave presenteren van de uren/kosten voor ontwikkeling van het plan en de middeleninzet.
14	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo-scholieren.	U stelt dat de effectiviteit van de campagne meetbaar dient te zijn. Wat is doorslaggevend om de effectiviteit van de campagne te beoordelen (bijv. zichtbaarheid, websitebezoek, open dag inschrijvingen, aanmeldingen)?	De belangrijkste doelen zijn: bereik binnen de genoemde doelgroepen, overtuiging dat het hbo een serieuze optie is voor vwo scholieren en belangstelling voor NHL Stenden opleidingen vergroten. Afhankelijk van het plan van aanpak zijn er verschillende indicatoren denkbaar om de effectiviteit te meten. Dat is aan de Opdrachtnemer.
15	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo-scholieren.	Wat is de primaire doelstelling van deze opdracht? Meer bekendheid van NHL Stenden onder vwo-scholieren, het verbeteren van de beeldvorming van hbo t.o.v. universiteit, directe toename van instroom, of anders?	De doelstelling is inderdaad om meer bekendheid en voorkeur te creëren voor het hbo t.o.v. universitair onderwijs en dan uiteraard specifiek voor NHL Stenden. Het begint bij beeldvorming wat uiteindelijk kan resulteren in een toename van instroom.
16	Beschrijvend document 1.3 en 1.4.3 Omvang van de opdracht	De verwachting is dat het budget voor deze totale opdracht jaarlijks tussen de € 200.000,- en € 300.000,- euro exclusief btw ligt. Doel van de aanbesteding is 2-3 leveranciers te contracteren. Hoe worden de opdrachten tussen de te contracteren leveranciers verdeeld en zorgt opdrachtgever voor een evenredig verdeling?	Zie antwoord op vraag 7.

17	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.2	Gezien het aantal subvragen en het verzoek om het team voor te stellen, verzoeken wij om verruiming van de maximale beantwoording van 3 naar 4 A4-pagina's (Arial, fontgrootte 9) om een kwalitatief goede beantwoording te kunnen geven. Gaat u hiermee akkoord?	Ja, 4 A4 pagina's is ook akkoord.
18	Beschrijvend document, 2.1 Planning	Gezien de benodigde verdieping in het merkconcept, de zorgvuldige uitwerking van de cases en het overige programma van wensen Gu2.1 t/m Gu2.3, gecombineerd met beperkte beschikbaarheid van resources tijdens de herfstvakantie, verzoeken wij u om een uitstel van minimaal 14 dagen. Gaat u hiermee akkoord?	Zie hiervoor het antwoord op vraag 10.
19	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.4	Hoeveel medewerkers van de Inschrijver mogen deelnemen aan de presentatie?	Hier is geen maximum aan en is aan de inschrijver, bij uitnodiging wordt u verzocht het aantal personen en de functies door te geven.
20	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo- scholieren.	NHL Stenden concurreert natuurlijk niet alleen met het wo, maar ook met andere hbo-instellingen. We moeten er dus geen hbo-promotiecampagne van maken, waar de hele categorie (hbo-onderwijs) van profiteert, maar vooral NHL Stenden. Waarom zou de vwo-scholier dan toch voor NHL Stenden moeten kiezen? Dit is onze inziens de kernboodschap. Zit dit wat jullie betreft dan vooral in Design Based Education (echt praktijkgericht samenwerken aan actuele vraagstukken)? Of in Home of the originals (ruimte en vrijheid om uit te zoeken wie je wilt en kunt zijn)?	Klopt, met aanvulling van ons internationale profiel.
21	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo- scholieren.	In de uitvraag staat: 'Welke kernboodschappen zijn overtuigend voor vwo-scholieren?'. Dit is normaliter onderdeel van de briefing, voordat we daar een communicatieve/creatieve vertaalslag op maken. Willen jullie dat wij zelf gaan onderzoeken/bedenken waarom vwo-scholieren liever naar wo gaan dan naar hbo, of kunnen jullie daar vanuit jullie praktijkervaring ingrediënten voor aanleveren? Inclusief de argumenten hoe we die voorkeur kunnen ombuigen naar hbo-onderwijs in het algemeen en NHL Stenden in het bijzonder.	Er zijn verschillende digitale verwijzingen opgenomen in de casus, zie hiervoor Casus 2.3.
22	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo- scholieren.	Kunnen wij de huisstijl richtlijnen/elementen ontvangen? En is er een beeldbank waar wij gebruik van kunnen maken?	Zie hiervoor het antwoord op vraag 5. Er is geen beeldbank beschikbaar, hiervoor kunnen Inschrijvers gebruik maken van stockfoto's.

23	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo- scholieren.	We zien op de homepage (onderin) wel 'NHL Stenden. Grensverleggend.' staan. Is er een reden waarom het merkconcept "home of the originals" op de homepage niet zichtbaar is en hoe verhouden deze twee taglines zich tot elkaar?	De homepage wordt afwisselend thematisch en actiematig ingezet.
24	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo- scholieren.	Het plan van aanpak moet aansluiten op het merkconcept 'home of the originals'. Op de website (op de "over ons" pagina) zien we verschillende video's terugkomen. Wordt dit thema ook nog op andere manieren gebruikt en geladen? Kunnen wij daar voorbeelden van zien?	Zie hiervoor het antwoord op vraag 5. Uitingen zijn te zien op onze website, in onze campagnes en op onze social kanalen.
25	Formulier C2 Programma van Wensen. Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo- scholieren.	Ligt de focus qua doelgroep in de noordelijke provincies of richten we op vwo-scholieren in heel Nederland en/of buitenland?	Met name in de noordelijke provincies.
26	Bijlage 2 Rijksinkoopvoorwa arden (ARVODI maart 2025) artikel 19.3 a	In artikellid 2 is een bewuste limitering opgenomen ten aanzien van de aansprakelijkheid voor persoonsschade en dit is in de branche van Opdrachtnemer ook gebruikelijk. Er zou gezien het onderwerp van levering geen onderscheid moeten worden gemaakt tussen Opdrachtgever of derden. Een onbeperkte aansprakelijkheid in relatie tot deze derden is hierbij niet proportioneel en daarmee voor Opdrachtnemer onwenselijk. Bent u bereid met inachtneming van het bepaalde in artikellid 19.3 b deze verwerping van de beperking in geval van deze derden te laten vervallen?	Nee, dat is niet akkoord.
27	Bijlage 2 Rijksinkoopvoorwa arden (ARVODI maart 2025) artikel 19.2	De limitering van de aansprakelijkheid voor Opdrachtnemer per gebeurtenis is, in financiële zin, nu bepaald op "vier maal de hoogte van de opdrachtwaarde" waarbij niet expliciet is aangegeven hoe de opdrachtwaarde. Uitgaande van de in paragraaf 1.3 van het Beschrijvend Document opgenomen waarde van de overeenkomst van euro 3.000.000 betekent dit een limitering van euro12.000.000 per gebeurtenis. Dit is naar de mening van Inschrijver disproportioneel en Inschrijver verzoekt u aansprakelijkheid te limiteren tot directe schade en euro 2.500.000 per gebeurtenis. Is voorgaande berekening correct? Zo ja, bent u bereid aansprakelijkheid te limiteren zoals door Inschrijver voorgesteld?	Nee, het gaat hier om vier maal de waarde van de nadere opdracht. De maximale waarde van de Raamovereenkomst is € 3.000.000,-.

28	Bijlage 2 Rijksinkoopvoorwaarden (ARVODI maart 2025) artikel 19.2	In dit artikel wordt volgens de toelichting bij de ARVODI bewust geen verschil gemaakt tussen directe en indirecte-/gevolgschade, dit is in onze branche niet gebruikelijk. Wij wijzen er daarbij ten overvloede op dat volgens de Gids Proportionaliteit Voorschrift 3.9.D (bij de Aanbestedingswet) dient te worden aangesloten bij de in de branche gebruikelijke voorwaarden. Bent u bereid aansprakelijkheid voor indirecte-/gevolgschade uit te sluiten?	Artikel 19.2 van de ARVODI 2025 blijft onverkort van toepassing. De opdrachtgever acht het in dit geval proportioneel om de standaardbepalingen van de ARVODI te hanteren, aangezien deze voor overheidsopdrachten breed en uniform worden toegepast. De opdrachtgever zal bij de beoordeling van eventuele aansprakelijkheidskwesties echter rekening houden met de aard van de opdracht en de branchegebruikelijkheid, en daarbij de proportionaliteit in acht nemen. Gevolgschade zal niet zonder meer worden verhaald, tenzij sprake is van opzet of bewuste roekeloosheid van de opdrachtnemer.
29	Bijlage 2 Rijksinkoopvoorwaarden (ARVODI maart 2025) artikel 11	Wij hebben begrip voor uw belang bij geheimhouding van de verstrekte informatie en zullen deze dan ook als zodanig behandelen. Wij maken echter onderdeel uit van een holding en zijn ingevolge Art. 2:403 BW verplicht financieel administratieve informatie –mogelijk vallend onder de reikwijdte van de geheimhoudingsplicht– aan haar in Nederland gevestigde moedermaatschappij te verstrekken. Uitwisseling van informatie binnen de holding valt standaard onder de geheimhoudingsplicht. Kunt u bevestigen dat dergelijke holding-interne informatieverstrekkingen geen schending van de geheimhoudingsplicht opleveren?	Ja, dat is akkoord.
30	Bijlage 1 ARVODI raamovereenkomsten artikelen 1.3 en 1.4	De volgorde van preferentie in dit artikel kan tot gevolg hebben dat in de NvI's wellicht onderwerpen naar voren worden gebracht die door de rangorde toch ondergeschikt zijn aan de overeenkomst. Kunt u bevestigen dat eventuele door u in de NvI's gegeven positieve antwoorden c.q. akkoord bevonden tekstwijzigingen onveranderd worden opgenomen in de uiteindelijk te sluiten overeenkomst? Zo nee, wilt u de rangorde dan aanpassen zodat de NvI's prevaleren?	Ja, de aanpassingen uit de nota's die van toepassing zijn op de raamovereenkomst worden aangepast in de uiteindelijke raamovereenkomst.
31	Formulier A	Wij missen formulier A. Is dat het UEA formulier?	Klopt, dat is het UEA formulier.
32	Formulier B referenties vraag 1	... Voor deze kerncompetenties (tezamen) geldt een minimale gefactureerde opdrachtwaarde van € 100.000,- exclusief BTW per jaar. De gestelde eis lijkt niet in overeenstemming met het proportionaliteitsbeginsel, gelet op de geraamde waarde van de raamovereenkomst (€ 200.000 tot € 300.000 exclusief btw). Het hanteren van een minimale opdrachtwaarde van € 100.000 biedt naar ons oordeel geen objectieve waarborg voor de kwaliteit van de te leveren prestaties en lijkt derhalve disproportioneel. Kunt u toelichten op welke wijze deze eis in lijn is gebracht met het proportionaliteitsbeginsel en de Gids Proportionaliteit? Tevens verzoeken wij u deze eis te heroverwegen, zodat deze in redelijke verhouding staat tot de omvang en aard van de opdracht.	De genoemde geraamde waarde betreft een jaarlijkse waarde, niet een totale waarde voor een gehele opdracht. Verder mag het bedrag voor de verschillende competenties een optelling zijn van meerdere opdrachten en opdrachtgevers.

33	Formulier B referenties vraag 2	Mag NHL Stenden Hogeschool als opdrachtgever worden opgevoerd in dit formulier als referentie? Wij gaan ervan uit dat dit is toegestaan, aangezien de betreffende opdracht door NHL Stenden Hogeschool is verstrekt.	Ja, dat is akkoord.
34	Formulier C1 punt 5.6	Kunt u nader toelichten wat in dit verband wordt bedoeld met 'concurrerende onderwijsinstellingen'? Wordt hiermee verwezen naar andere hogescholen en universiteiten, of ook naar particuliere opleidingsinstituten?	We bedoelen hier met name de andere hogescholen en universiteiten mee.
35	Formulier C1 punt 6.5	Naar aanleiding van dit punt vragen wij ons af wie in dit kader uiteindelijk als Opdrachtnemer eindverantwoordelijk is voor de uitvoering en naleving van de kwaliteitseisen. Kunt u toelichten hoe de verantwoordelijkheden en aansprakelijkheden zijn belegd wanneer de Opdrachtnemer met door de Opdrachtgever gecontracteerde partijen dient samen te werken? Tevens verzoeken wij u te verduidelijken wie het risico draagt indien deze door de Opdrachtgever aangewezen partijen tekortschieten in hun prestaties.	Wanneer Opdrachtnemer werkt met onderaannemers (eigen of door Opdrachtgever aangedragen) dan blijft Opdrachtnemer verantwoordelijk voor bewaking van de kwaliteit. Mocht er een diepgaand verschil van inzicht zijn tussen Opdrachtnemer en door Opdrachtgever aangedragen onderaannemer, dan vindt overleg met Opdrachtgever plaats.
36	Algemene vraag	Kunt u bevestigen of het is toegestaan deze aanvraag in combinatie met een ander bureau (in een samenwerkingsverband/consortium) in te dienen?	Ja, zie hiervoor paragraaf 2.6 van het beschrijvend document.
37	Formulier C1 PvE, 5.6	Het is voor de Opdrachtnemer niet toegestaan om gedurende de looptijd van de overeenkomst, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Opdrachtgever, direct of indirect werkzaamheden te verrichten voor een concurrerende onderwijsinstelling. Dit tast het gelijkheidsbeginsel en het mededingingsrecht aan, is disproportioneel en kan daarom voor inschrijvers een reden zijn om geen inschrijving te doen. Bent u bereid deze eis te laten vervallen?	De eis blijft van kracht, echter zoals in Formulier C1 wordt beschreven, zal Opdrachtgever verzoeken van Opdrachtnemer op dit gebied niet op onredelijke gronden afwijzen.
38	Beschrijvend document	Welke overwegingen lagen ten grondslag aan de keuze om één bureau zowel voor strategie als grafische uitvoering in te schakelen, en hoe borgt u dat hierdoor geen kwaliteit of expertise verloren gaat ten opzichte van twee gespecialiseerde partijen?	In deze aanbesteding is geen strategisch perceel meegenomen. NHL Stenden is zelf in regie op strategisch vlak. Dit wordt niet bij een aanbesteedde partij belegd. In voorkomende gevallen kan Opdrachtgever wel incidenteel een strategisch bureau voor een opdracht inhuren, dit is geen onderdeel van deze opdracht.
39	Gu2.3 Casus: Wervingsplan doelgroep vwo-scholieren	Jullie schrijven "Beschrijf de inzet van middelen en/of activiteiten en neem hierin de volgende onderdelen mee: <ul style="list-style-type: none"> · Doelgroep studiekeizers: social advertising · Doelgroep decanen: infographic met studiemogelijkheden bij NHL Stenden en usp's die interessant zijn voor de vwo-scholier" <p>Bedoelen jullie hiermee dat we een voorstel maken voor een volledige media- en middelenmix?</p>	De genoemde onderdelen willen we in ieder geval terugzien in het plan en de conceptontwerpen. De verdere invulling van het plan van aanpak en keuze van kanalen en middelen is aan de Inschrijvers.

40	Formulier C2a Programma van Wensen, Gu2.3 Casus	Feitelijk wordt met de fictieve opdracht gevraagd om een campagneconcept bestaande uit plan van aanpak, creatief concept (formulering kernboodschappen vwo-scholieren en decanen + creatieve uitwerking) en samenstelling/inzet van middelen (mediamix). In onze optiek een bredere vraag dan alleen tactisch of operationeel. Bijvoorbeeld het ontwikkelen van een kernboodschap en keuze voor mediamix heeft (marcom) strategische aspecten. Hoe ziet u dit in relatie tot de inhoud van de volledige uitvraag?	Zie hiervoor paragraaf 1.4 van het beschrijvend document. Het klopt dat we bij sommige nadere opdrachten meer vragen dan alleen uitvoering.
41	Raamovereenkomst (Bijlage 1), Art. 7 Vergoeding	De indexatie van tarieven is gemaximeerd op 5%. Hoe wordt omgegaan met situaties waarin externe kosten (zoals softwarelicenties) aantoonbaar sterker stijgen?	Zie hiervoor artikel 7.1
42	Formulier C1 Programma van Eisen, eis 5.6	Kunt u specificeren welke instellingen door u als 'concurrerende onderwijsinstellingen' worden beschouwd in het kader van deze exclusiviteitsbepaling? Betreft dat andere HBO instellingen of ook andere niveaus instellingen zoals MBO, WO, VO, BAO, Volwasseneneducatie? En geldt dit in een bepaalde afstand/straal? En zo ja t.o.v. welke NHLS vestigingen?	Het betreft met name hogescholen en universiteiten.
43	Beschrijvend Document, 1.4.3 Omvang van de opdracht	Heeft het verwachte budget van €200.000 – €300.000 per jaar betrekking op alle gecontracteerde bureaus gezamenlijk, of geldt dit per bureau?	Dit is per jaar voor alle gecontracteerde bureaus.
44	Beschrijvend document, 1.4.3.	De verwachting is dat het budget voor deze totale opdracht jaarlijks tussen de 200.000 en 300.000 euro, ex btw. ligt. Is dit een verwachte omzet voor de totale opdracht, of is dit de verwachte omzet per partij in het raamcontract?	Dit is per jaar voor alle gecontracteerde bureaus.
45	Bijlage C2, Programma van Wensen, Gu2	Zit er een splitsing in hoe de gunningscriteria (GU2) beoordeeld worden? Dus hoeveel punten krijg je per onderdeel binnen dit gunningscriterium?	Nee, dit wordt integraal beoordeeld.
46	Bijlage C2, Programma van Wensen, Gu2.1 Portfolio	Wat is jullie definitie van het woord 'werving' in het portfolio onder punt 'Werving/ aankoopactivatie'?	Onder werving verstaan we bijvoorbeeld het werven van leden, studenten, medewerkers, bezoekers etc. We verstaan hier niet onder het werven van fondsen of middelen.
47	Beschrijvend document, 1.3	De opdrachten binnen het raamcontract worden verdeeld aan de hand van minicompetities (1.3). Hoe zien die minicompetities eruit? Hoe word je binnen een minicompetitie beoordeeld?	Zie antwoord vraag 7.
48	Beschrijvend document, 1.3	Wij zouden graag inschrijven op deze mooie opdracht. Tegelijkertijd vraagt de inschrijving in deze fase al een forse investering: het kost een partij al snel 80 uur om een inschrijving te maken. Als er bijvoorbeeld tien partijen inschrijven, gaat het al snel om gezamenlijke kosten van zo'n €100.000. Zouden jullie daarom willen overwegen om een knip eerder in het proces te maken, door gunningscriterium 1.3 (net als de presentatie in 1.4) pas in de tweede fase te beoordelen?	Voor Opdrachtgever is het van belang om een goede en zorgvuldige beoordeling te kunnen doen van de inschrijvingen om te komen tot een eerste selectie van bureaus die worden uitgenodigd voor de presentatieronde. Om die reden maken we geen eerdere knip in het proces.

Nieuwe planning (NVI 07-10-2025)

Aan onderstaande planning kunnen geen rechten worden ontleend. Aanbestedende dienst behoudt zich het recht voor de planning tussentijds te wijzigen.

Actie	Omschrijving	Einddatum
1.	Publicatie van de aankondiging van de opdracht via TenderNed	Medio september 2025
2.	Uiterste mogelijkheid tot indienen van vragen of bezwaren (vóór 12:00 uur)	1 oktober 2025
3.	Uiterste datum tot beantwoorden van vragen 1 ^e Nota van Inlichtingen	8 oktober 2025
4.	Uiterste mogelijkheid tot indienen van vragen of bezwaren (vóór 12:00 uur)	10 oktober 2025
5.	Uiterste datum tot beantwoorden van vragen 2 ^e Nota van Inlichtingen	17 oktober 2025
6.	Uiterste datum voor ontvangst van de Inschrijvingen (vóór 10:00 uur)	14 november 2025
7.	Bekendmaking tussen uitslag fase 1	Tussen 20 en 24 november 2025
8.	Uitnodigen inschrijvers fase 2	Uiterlijk 24 november 2025
9.	Toelichting en presentatie door inschrijver(s) (2 ^e fase)	3 en/of 5 december 2025
10.	Bekendmaking voorlopige gunning en redenen van afwijzing	Medio december
11.	Definitieve gunning (minimaal 20 kalenderdagen na voorlopige gunning)	Begin januari 2026
12.	Ondertekenen raamovereenkomst en start dienstverlening	1 februari 2026