

BIJLAGE B - PROGRAMMA VAN EISEN

In dit document staat het programma van eisen weergegeven, oftewel de eisen aan de uitvoering van de opdracht. Het programma van eisen bestaat uit een pakket van eisen met een knock-out karakter; het niet voldoen of kunnen voldoen aan één van deze eisen leidt automatisch tot uitsluiting van de aanbestedingsprocedure.

Mocht geïnteresseerde zich niet kunnen vinden in één of meerdere eisen van het programma van eisen, dan dient geïnteresseerde dit aan te geven in de nota van inlichtingen. Aan de hand daarvan beslist de aanbestedende dienst wat voor gevolgen dit heeft voor de aanbestedingsprocedure. Met het indienen van een inschrijving gaat inschrijver expliciet akkoord met alle eisen van het programma van eisen.

Eisen	
1.	Opdrachtnemer voldoet te allen tijde aan de wettelijke eisen die direct of indirect op de uitoefening van de betrokken leveringen van toepassing zijn.
2.	Alle door Opdrachtnemer in het kader van deze aanbesteding overgelegde gegevens en gedane verklaringen zijn door opdrachtnemer naar waarheid ingevuld en kunnen te allen tijde gestand worden gedaan. Opdrachtgever behoudt zich het recht op schadevergoeding voor, in het geval van onjuiste en/of onvolledige informatie en/of het niet kunnen nakomen van wat door opdrachtnemer is aangeboden.
3.	Alle verwerking van persoonsgegevens vindt plaats binnen de Europese Economische Ruimte (EER). Dat wil onder andere zeggen dat alle personeel, apparatuur, gegevensopslag en netwerkverbindingen die voor de opdrachtgever worden gebruikt, zich binnen de EER bevinden.
4.	Vanaf start van de overeenkomst vindt het kick-off-/startgesprek t.b.v. implementatieafspraken plaats binnen 7 kalenderdagen. De kosten van de dienstverlening worden in rekening gebracht vanaf de ingebruikname.
5.	Opdrachtnemer informeert Opdrachtgever zodra Opdrachtnemer weet, of behoort te weten dat de nakoming van de Opdracht niet of niet tijdig of niet naar behoren plaatsvindt. Melding geschiedt onmiddellijk schriftelijk én telefonisch onder vermelding van de omstandigheden.
6.	Opdrachtnemer handelt conform de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Alle gegevens door Opdrachtgever aan Opdrachtnemer ter beschikking gesteld of door de onder de Overeenkomst verrichtte werkzaamheden aan Opdrachtnemer bekend geworden, zullen anders dan op een door de Wet toegelaten wijze, niet aan derden worden verstrekt. Opdrachtgever behandelt alle door Opdrachtnemer verstrekte persoonsgebonden informatie eveneens conform de AVG.
7.	Opdrachtnemer is zich bewust van het feit dat nog in 2025 een landelijke campagne uitgerold moet worden in samenspraak met stakeholders en zal alles in het werk stellen om dit te realiseren. Op de startdatum van de overeenkomst dient Opdrachtnemer te beschikken over alle benodigde capaciteit en middelen om direct te starten met de (voorbereiding van) campagne.
8.	Opdrachtnemer realiseert zich dat campagne wordt gevoerd op het gevoelige thema zelfdoding en is zich ervan bewust dat veilige communicatie de hoogste prioriteit heeft, en accepteert dat extra afstemmingen en feedbackrondes met opdrachtgever noodzakelijk kunnen zijn om een veilige boodschap in tekst, toon en beeld te garanderen. In de media-uitingen dient Opdrachtnemer altijd de tips uit bijlage J na te volgen.

9.	Opdrachtnemer volgt de voor Opdrachtgever relevante ontwikkelingen inzake wet- en regelgeving en adviseert daarover in de context voor Opdrachtgever. Daarbij is het noodzakelijk Opdrachtgever tijdig te attenderen op (mogelijke) wijzigingen in de wet- en regelgeving en de (mogelijke) impact hiervan voor Opdrachtgever. Aandachtspunten daarbij zijn bijvoorbeeld: • Consequenties voor bedrijfsvoering, financiën, veiligheid en/of imago. • Aansprakelijkheid. • Planning en samenhang andere activiteiten.
10.	Opdrachtnemer werkt op basis van een samen met de Opdrachtgever tot stand gekomen meerjarenstrategie. De meerjarenstrategie komt tot stand binnen de kaders van van de NVS (zie bijlage I) van Opdrachtgever. Opdrachtnemer dient per jaar een concreet jaarplan op te stellen en voor te leggen aan Opdrachtgever ter goedkeuring. Het jaarplan resulteert in een totaalofferte, inclusief media-inkoop.
11.	Bij beëindiging of ontbinding van de overeenkomst, dient opdrachtnemer een effectieve en soepel overdracht van werkzaamheden aan een de eventuele nieuwe opdrachtnemer te garanderen. Alle geactualiseerde gegevens (inclusief intellectuele eigendomsrechten, zie eis 13) welke opdrachtnemer met betrekking tot de overeenkomst van opdrachtgever in bezit heeft, worden op eerste verzoek direct digitaal aan opdrachtgever ter beschikking gesteld.
12.	Na beëindiging van de overeenkomst blijven alle onderzoeksdata, first party data en intellectuele data eigendom van Opdrachtgever.
13.	Alle auteursrechten en overige intellectuele eigendomsrechten met betrekking tot de door opdrachtnemer ontwikkelde communicatiemiddelen (zoals campagnes, visuele ontwerpen, teksten en andere creatieve uitingen) komen volledig en exclusief toe aan Stichting 113 Zelfmoordpreventie. Deze rechten worden bij oplevering automatisch en onvoorwaardelijk overgedragen aan 113, tenzij uitdrukkelijk en schriftelijk anders is overeengekomen. Door deze overdracht behoudt 113 het recht om de ontwikkelde materialen zelfstandig en zonder verdere toestemming van de opdrachtnemer te gebruiken, aan te passen, en opnieuw in te zetten ten behoeve van haar missie. Dit bevordert hergebruik, efficiëntie en consistentie in de communicatie-uitingen van 113 en daarmee het realiseren van het doel van onderhavige campagne; namelijk het taboe op praten over zelfdoding verlagen.
14.	Opdrachtnemer zorgt voor één centraal contactpersoon
15.	Opdrachtnemer informeert opdrachtgever tijdig indien er sprake is van opvolging/vervanging van de vaste contactpersoon, echter uiterlijk één (1) maand van tevoren. Bij tijdelijke afwezigheid van de vaste contactpersoon vanwege bijvoorbeeld vakantie of ziekte dient er te allen tijde een vervanger te worden aangewezen die bekend is met opdrachtgever en de gemaakte afspraken. Opdrachtgever behoudt het recht om een vervangende contactpersoon te vragen indien de samenwerking, naar het oordeel van opdrachtgever, niet goed verloopt.
16.	Opdrachtnemer is zich ervan bewust dat de campagne tot stand komt met meerdere stakeholders waaronder een kopgroep van gemeenten die meekijkt en meebepaalt. De opdrachtnemer is betrokken en waar nodig initiatiefnemer van bijeenkomsten, waar de input van stakeholders wordt opgehaald en waar in een latere fase de output + evaluatie wordt teruggebracht.
17.	Opdrachtnemer vervangt de contactpersoon wanneer er volgens Opdrachtgever sprake is van een mismatch c.q. inadequate samenwerking.

18.	Opdrachtnemer verstrekt vooraf een mediaplan met budgetindicatie per exploitant, en na afloop van de campagne een rapportage waarin het uitgegeven mediabudget is uitgesplitst per exploitant. Elke post toont een indicatie of schatting van het bereik dat ermee is gerealiseerd, uitgesplitst in uniek bereik en impressies per kanaal. Ook toont de rapportage het totaalbereik van de campagne op de van te voren vastgestelde KPI's, zowel landelijk als regionaal (dit mag naar benadering). Aanvullende informatie over het effect van de media-inzet, zoals toegelicht onder kwaliteitscriterium 2.3, wordt op prijs gesteld maar is geen uitvoeringseis. In de rapportage over media-inzet moeten ook de effecten van de media-inzet (de resultaten van een 0 en 1 meting) worden verwerkt.
19.	De af te sluiten overeenkomst gaat in op 1 oktober 2025. Opdrachtgever hecht grote waarde aan een goede start van de overeenkomst, waarbij opdrachtnemer over de juiste capaciteit moet beschikken. Opdrachtnemer garandeert dat de door Opdrachtgever gevraagde dienstverlening vanaf 1 oktober 2025 kan worden uitgevoerd. Zie ook eis 7.
20.	Opdrachtnemer heeft het initiatief en de regie voor een vakkundige en proactieve passende implementatie van de overeenkomst. Indien er knelpunten zijn informeert Opdrachtnemer Opdrachtgever hier direct over. Opdrachtgever draagt zorg dat de knelpunten zo snel mogelijk opgelost worden.
21.	Klachten worden door Opdrachtnemer klantvriendelijk en voortvarend afgehandeld middels een heldere klachtenprocedure. Binnen twee werkdagen krijgt Opdrachtgever terugkoppeling over wanneer de klacht wordt opgelost.
22.	Het jaarplan voor een nieuw kalenderjaar komt onder begeleiding/regie van de Opdrachtgever tot stand in de volgende stappen: 1. Evaluatie van lopend jaar; formuleren van algemene conclusies en aanbevelingen ten aanzien van effectiviteit, efficiëntie en kosten van campagne onderdelen in het lopende jaar; gezamenlijk Opdrachtgever en -nemer; 2. Opstellen van adviezen ten behoeve van het jaarplan door Opdrachtnemer; 3. Voorbereiding, afstemming en overleg met Opdrachtgever gericht op het ophalen van lokale behoeften en wensen ten aanzien van thema's, doelgroepen en campagne onderdelen; vakinhoudelijke advisering en gespreksvoering door Opdrachtnemer. 4. Vaststellen uitgangspunten voor het jaarplan door Opdrachtgever; uitgangspunten hebben betrekking op: a. de hoogte van totaal jaarbudget, b. de verdeling over basis- en facultatief budget c. de uit te voeren campagne onderdelen binnen het basis budget d. de te ontwikkelen campagne onderdelen binnen het facultatief budget e. andere uit te voeren activiteiten binnen het facultatief budget 5. Uitwerking van de uitgangspunten, behoeften en wensen in een concept jaarplan, inclusief geprognostiseerde exploitatiebegroting door Opdrachtnemer. 6. Goedkeuring van het jaarplan door Opdrachtgever.
23.	In het jaarplan wordt minimaal beschreven: • De aanpak van basis en facultatieve campagneactiviteiten, en beoogde de doelstellingen en resultaten; • De planning van campagne- en communicatieactiviteiten; • De kostenraming van uit te voeren activiteiten, passend binnen het bekostigingsmodel voor basis- en facultatieve activiteiten;

	• Een jaarkalender met overlegmomenten; • De wijze van monitoring en evaluatie.
24.	Voor de gehele cyclus van voorbereiding van een jaarplan dient Opdrachtnemer rekening te houden met een kosten van rond € 10.000 tot € 15.000 exclusief BTW, ten behoeve van de personele inzet in het voorbereidingsproces. De Opdrachtgever acht dergelijke kosten haalbaar en wenselijk. De voorbereidingskosten dienen beperkt te blijven, en niet bovenmatig ten koste te gaan van budget dat voor uitvoering van de campagne bedoeld is. In de implementatiefase stemmen Opdrachtgever en Opdrachtnemer een werkwijze af voor het voorbereidingsproces, passend bij voornoemde kostenniveau, en leggen deze vast in het werkafsprakenboek.
25.	Na goedkeuring en opdrachtverstrekking voor het jaarplan draagt Opdrachtnemer zorg voor: 1. Het ontwikkelen van de geplande, nieuwe campagne onderdelen inclusief communicatieaanpak 2. Het nader afstemmen van de uitvoering van de geplande campagne onderdelen (bestaand en nieuw) inclusief communicatieaanpak. Aansluitend op de wensen en behoeften van de Opdrachtgever, inclusief het adviseren over (lokale) effectiviteit en efficiëntie van de campagne onderdelen. 3. Het coördineren en uitvoeren van de geplande campagne onderdelen inclusief communicatieaanpak. 4. Het monitoren en evalueren van de effectiviteit van in uitvoering zijnde en/of afgeronde campagne onderdelen middels (effect)metingen, het rapporteren aan Opdrachtgever, en het (daar waar mogelijk en haalbaar) bijstellen gedurende de uitvoering. 5. De bewaking van de besteding van middelen binnen de beschikbare budgetten, inclusief advisering naar Opdrachtgever over bijstelling van het jaarplan bij (dreigende) overschrijdingen van budgetten.
26.	Facturering door Opdrachtnemer kan enkel plaatsvinden nadat Opdrachtgever akkoord heeft gegeven op de open begroting van Opdrachtnemer. De frequentie van facturering wordt in het kick-off gesprek tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer bepaald.
27.	Anonimiteit gaat bij 113 boven marketing. Marketingtools mogen niet zonder toestemming van de opdrachtgever worden ingezet. Indien op enig moment tijdens uitvoering van de opdracht sprake zal zijn van verwerking van persoonsgegevens, dient Opdrachtnemer alle medewerking te verlenen aan het afsluiten van een verwerkersovereenkomst. Hierbij wordt de format van Opdrachtgever gehanteerd.
28.	Gedurende de uitvoering van de opdracht heeft Opdrachtgever het recht om het budget gedurende het campagnejaar tussentijds aan te passen op basis van eigen personeelskosten voor projectcoördinatie. Opdrachtnemer dient hier akkoord mee te gaan.