

# Landstede Groep

Wij zijn op zoek naar  
een mediabureau

Aanbestedende dienst:  
Datum:  
Versie:  
Referentie

Deelnemende stichtingen binnen Landstede Groep  
16-10-2025  
1.0  
JP-2025-EAMEDIA / TN550882

## 1. Wie zijn wij?

Landstede Groep biedt onderwijs voor jong en oud, en wil actief een brug slaan tussen onderwijs, de omgeving en de samenleving, met waarde(n)vol leren, leven en werken. Landstede Groep biedt zeer uiteenlopende opleidingen voor middelbaar beroepsopleidingen en voortgezet onderwijs. De opleidingen geven we op circa 44 locaties in de provincie Overijssel, Gelderland en Flevoland.

Kerngegevens	
Aantal leerlingen 2024/2025 VO	14.300
Aantal studenten 2024/2025 MBO	10.200
Personeel (incl. stagiairs)	3.000

### Missie en visie

Landstede Groep gelooft dat de wereld mooier is als mensen hun talenten ontwikkelen en anderen helpen dat ook te doen. Liefde voor leren zit in ons DNA. Voor ons is dat meer dan leren voor een diploma of een vak. We helpen jongeren en (jong)volwassenen bij het (h)erkennen van hun eigen talent en de ontwikkeling daarvan. Zodat ze stevig in hun schoenen staan en een bijdrage leveren aan de wereld om hen heen.

Wij bieden onderwijs waarin we *ontmoeten, ontdekken en ontwikkelen*. Als lerende organisatie stimuleren we samen leren en kennis delen. We gaan voor kwaliteit en goede resultaten. We zijn nieuwsgierig naar elkaar, verkennen samen de toekomst en verleggen met lef grenzen. Zo zijn we in staat om veerkrachtig te reageren op veranderingen. We willen elke dag beter worden. Dat doen we altijd samen met onze leerlingen en studenten, met collega's en met de regio waarin we verankerd zijn. Dankzij de unieke samenstelling van onze scholengroep, bieden we de kansen voor persoonlijk onderwijs. (Zie ook [www.landstede.nl](http://www.landstede.nl))

### Waar zijn wij naar op zoek?

Wij willen door middel van een Europese aanbesteding een media partner contracteren. De contractduur bedraagt twee jaar en kan twee keer met één jaar worden verlengd. De overeenkomst gunnen we aan de leverancier met de economisch meest voordelige inschrijving met de beste prijs-kwaliteitverhouding (30/70). Alle vijf de Stichtingen van de Landstede Groep nemen deel. Dit zijn:

- Stichting Landstede
- Stichting Agnieten College / De Boog
- Stichting Ichthus College
- Stichting Vechtdal College
- Stichting Bestuur Landstede Groep

### Belangrijke data

Actie	Datum
Uiterste inschrijfdatum	11 december 2025 12:00
Ingangsdatum contract	1 juli 2026



## 2. De opdracht

---

### Geen Percelen

De opdracht wordt aanbesteed als één opdracht zonder percelen. Reden hiervoor is dat Landstede Groep belang heeft bij een efficiënte bedrijfsvoering en het voeren van een integraal campagnebeleid, waarbij online en offline media in samenhang worden ingezet. Een opsplitsing zou leiden tot een kunstmatige budget verdeling en verlies van verbinding tussen de verschillende kanalen. Door de uitvoering bij één partij onder te brengen ontstaat efficiëntie in planning, monitoring en rapportage, en profiteert Landstede Groep van een duidelijke regie en consistente aanpak. Daarnaast heeft Landstede Groep behoefte aan één aanspreekpunt in de markt en wil zij volledig ontzorgd worden. Wij zijn van mening dat voldoende marktpartijen over de capaciteit en het specialisme beschikken om de gehele opdracht uit te voeren. Het niet opsplitsen van de opdracht maakt het bovendien mogelijk de dienstverlening te optimaliseren en de samenhang te waarborgen.

### Omschrijving en omvang van de opdracht

Landstede Groep is op zoek naar één mediabureau dat online en offline media effectief met elkaar weet te verbinden binnen een geïntegreerde en resultaatgerichte aanpak. De samenwerking richt zich op drie afzonderlijke jaarstrategieën: één voor het voortgezet onderwijs (VO), één voor Landstede MBO en één voor MBO Menso Alting. Vanuit Landstede Groep zijn hiervoor twee interne teams actief (VO en MBO). Het mediabureau sluit hierop aan met twee vaste contactpersonen of teams. Daarnaast worden Landstede Groep-brede campagnes ontwikkeld die bijdragen aan de versterking van de naamsbekendheid.

Het mediabureau ontwikkelt jaarlijks een overkoepelende mediastrategie per onderwijssegment, inclusief conceptontwikkeling en een optimale mix van on- en offline kanalen. Daarbij wordt, indien relevant, ook contentcreatie meegenomen (zoals tekst, fotografie en video)\*. Een goed begrip van de regionale doelgroepen en het vermogen om daar effectief op in te spelen is daarbij essentieel.

De uitvoering van campagnes vindt plaats in nauwe samenwerking met het interne communicatieteam en andere betrokken partners, waaronder het vormgevingsbureau dat verantwoordelijk is voor de merkontwikkeling, visuele uitwerking en technische realisatie van communicatiemiddelen. Indien nodig wordt actief verbinding gelegd tussen het mediabureau en deze partners om een consistente uitvoering te waarborgen.

Campagnes worden continu gemonitord en geoptimaliseerd op basis van meetbare resultaten. Gedurende het jaar vinden vaste overlegmomenten plaats met ruimte voor bijsturing. Naast geplande campagnes kunnen ook ad hoc opdrachten voorkomen, zoals overlijdensadvertenties of school specifieke acties. Het bureau heeft toegang tot de socialmedia kanalen van de organisatie en werkt mee aan de inzet van SEA, waarvan een deel intern wordt uitgevoerd. De inzet van traditionele media blijft onderdeel van de strategie, maar wordt geïntegreerd met digitale middelen voor een samenhangende aanpak.

De opdracht richt zich op de strategische inzet van media en de ontwikkeling van campagnes op kanaalniveau. Het mediabureau is verantwoordelijk voor de vertaling van de merkpositionering naar effectieve mediacampagnes, waaronder doelgroep analyse, kanaalstrategie, contentcreatie (zoals tekst, beeld, fotografie en video)\*, mediaplanning en -inkoop, monitoring, optimalisatie en rapportage.

De dienstverlening zoals omschreven is niet exclusief. Met andere woorden staat het Landstede Groep vrij om, indien gewenst, producten elders af te nemen.

\*Videoproducties kunnen onderdeel uitmaken van de opdracht, maar vormen niet het exclusieve uitgangspunt.

### Beschrijving huidige situatie

Op dit moment werkt Landstede Groep samen met twee afzonderlijke mediabureaus: één voor online media en één voor offline media. Aan het begin van ieder schooljaar worden beide bureaus afzonderlijk gebriefd. Zij leveren ieder een jaarstrategie aan en voeren deze zelfstandig uit. Gedurende het schooljaar worden campagnes gemonitord en vinden er regelmatig overlegmomenten plaats. Optimalisatie op basis van resultaten vormt een belangrijk onderdeel van de samenwerking. Er is geen structureel onderling contact tussen de bureaus.

Per schooljaar worden de volgende campagnes ingezet:

## Voortgezet Onderwijs (vo)

Er wordt jaarlijks één gezamenlijke wervingscampagne gevoerd voor alle VO-scholen binnen Landstede Groep. De campagne loopt van september tot en met maart, met piekmomenten in:

- November: open dagen en informatieavonden
- Januari/februari: open dagen en informatieavonden
- Maart: definitieve aanmeldingen

Doelgroep: leerlingen uit groep 7 en 8 van het primair onderwijs en hun ouders.

## Middelbaarberoepsonderwijs (Landstede MBO)

Voor Landstede MBO wordt jaarlijks een wervingscampagne gevoerd van oktober tot en met juni. De piekmomenten zijn:

- November: open dagen en start meeloopdagen
- Januari: open dagen
- Maart: open dagen en oproep tot aanmelden vóór 1 april
- Juni: Informatiemarkt

Primaire doelgroepen:

- Leerlingen uit vmbo 3-4 en havo 3-4 binnen het verzorgingsgebied (leeftijd 15–20 jaar)
- Werkenden en werkzoekenden (18–35 jaar) die praktijkgericht willen leren en een mbo-diploma willen behalen in combinatie met een (leer)baan

Secundaire doelgroep:

- Ouders (40–60 jaar) van bovengenoemde leerlingen.

## Middelbaarberoepsonderwijs (mbo Menso Alting)

Voor mbo Menso Alting wordt een aparte wervingscampagne gevoerd van oktober tot en met maart, piekmomenten in:

- November: open dagen en start meeloopdagen
- Januari: open dagen
- Maart: open dagen en oproep tot aanmelden vóór 1 april

Primaire doelgroepen:

- (Christelijke) leerlingen uit vmbo 3-4 en havo 3-4 in de regio Zwolle (15–20 jaar)
- (Christelijke) werkenden en werkzoekenden (18–35 jaar) in de regio Zwolle die praktijkgericht willen leren en een mbo-diploma willen behalen in combinatie met een (leer)baan

Secundaire doelgroep:

- (Christelijke) ouders (35–60 jaar) van leerlingen in de regio Zwolle (+40 km)

## Landstede Groep (overkoepelende organisatie)

Op dit moment worden er geen campagnes gevoerd onder het merk Landstede Groep. In de toekomst kan er wel behoefte ontstaan aan arbeidsmarktcommunicatie vanuit de koepelorganisatie en/of de aangesloten scholen. De omvang en frequentie van deze vraag zijn op dit moment nog niet bekend.

## Ad-hoc en aanvullende campagnes

Naast de geplande campagnes worden er ook ad-hoc opdrachten uitgevoerd, zoals overlijdensadvertenties. Daarnaast kunnen individuele locaties of scholen binnen Landstede Groep aanvullende campagnes aanvragen, met name binnen het mbo. Deze campagnes richten zich vaak op extra zichtbaarheid voor unieke opleidingen, volwasseneneducatie of specifieke locaties.

Deze aanvullende campagnes resulteren doorgaans in offline uitingen, zoals:

- Advertorials in lokale huis-aan-huiskranten
- Plaatsingen in doelgroepgerichte magazines en vakbladen
- Extra inzet van outdoor media in specifieke gemeenten

Gemiddeld gaat het om 4 á 5 aanvullende aanvragen per schooljaar.

## Organisatie en uitvoering

De campagnes voor VO en MBO worden gescheiden uitgevoerd, met aparte teams, contactpersonen en doelgroepen. Het online mediabureau heeft toegang tot de social media kanalen van de organisatie. Search Engine Advertising (SEA) wordt deels intern uitgevoerd. Offline media worden momenteel voornamelijk traditioneel ingezet.

De online mediabudgetten voor kanalen als Meta, Snapchat en TikTok vallen onder het totale jaarbudget voor vo en mbo. Landstede Groep betaalt deze budgetten nu rechtstreeks aan de mediakanalen, niet via het mediabureau. De strategische inzet en verdeling ervan worden wel meegenomen in de jaarstrategieën en vallen binnen de adviesrol van het mediabureau.

## Toekomstige ontwikkelingen

De Landstede Groep verwacht van de geselecteerde leverancier dat deze actief inspeelt op toekomstige ontwikkelingen in het medialandschap, zoals de verdere digitalisering van mediakanalen, data gedreven werken met transparante rapportages, veranderende privacyregelgeving (waaronder het cookieloze tijdperk) en de groeiende aandacht voor duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord inkopen. De leverancier neemt hierbij een proactieve adviesrol in en zet innovatieve en relevante mediakanalen en technologieën in, met oog voor effectiviteit, compliance en duurzaamheid, zodat de mediastrategie van Landstede Groep ook in de toekomst optimaal aansluit bij de doelgroepen. Concreet treft de leverancier aantoonbaar maatregelen om minimaal twee relevante innovaties per contractjaar te introduceren of te toetsen, bijvoorbeeld op het gebied van nieuwe mediakanalen, data gedreven methodieken of duurzame oplossingen.

## Buiten scope

De opdracht omvat de ontwikkeling van mediastrategieën en de inkoop en uitvoering van online en offline media, inclusief monitoring, rapportage en advies. De leverancier is daarmee verantwoordelijk voor de mediastrategie, mediaplanning en -inkoop, maar niet voor de creatieve of technische uitvoering van communicatiemiddelen.

Werkzaamheden zoals vormgeving, merkontwikkeling, visuele uitwerking, ontwerp, PR, interne communicatie, technische ontwikkeling, evenementenorganisatie, direct marketing en drukwerkdistributie vallen buiten de scope van deze aanbesteding. Deze taken worden uitgevoerd door het vormgevingsbureau van Landstede Groep, dat verantwoordelijk is voor de merkidentiteit en de bewaking van de visuele lijn.

## Opdrachtwaarde

De geschatte waarde van de (raam)overeenkomst bedraagt ca. € 350.000,- excl. btw per jaar. Dit bedrag is inclusief mediabudget dat wordt besteed aan online mediakanalen en de inkoop van offline middelen. In de huidige situatie betaalt Landstede Groep rechtstreeks aan de online mediakanalen. Dit bedrag is de totale spend voor offline en online media activiteiten. De totale opdrachtwaarde is naar verwachting ca. € 1.400.000- excl. btw voor de gehele looptijd van de (raam)overeenkomst, inclusief de verlengingsopties. Deze opdrachtwaarde is tot stand gekomen op basis van het gemiddelde van de spend over 2021 en 2024.

## 3. Programma van Eisen

Naast de beschreven eisen aan jou als leverancier, stellen we ook een aantal eisen waaraan jij moet voldoen om de opdracht goed uit te voeren. De eisen en wensen die van toepassing zijn op de gevraagde dienstverlening staan hieronder vermeld.

Nummer	Eis
1.	Het bureau is in staat om zowel offline als online media in te kopen en te beheren, en deze geïntegreerd in te zetten binnen campagnes.
2.	Het bureau treedt op als proactieve adviseur en sparringpartner, signaleert kansen en risico's tijdig en neemt de opdrachtgever werk uit handen door adviezen om te zetten in concrete voorstellen en acties.
3.	Overlijdensadvertenties en andere urgente offline media-uitingen worden met de benodigde snelheid verwerkt en indien nodig nog dezelfde werkdag aangeleverd bij de betreffende media.
4.	Prijzen van ingekochte media zijn transparant en controleerbaar. Op verzoek worden originele facturen en onderliggende kostencomponenten ter controle beschikbaar gesteld.
5.	Alle aangeleverde documenten en materialen worden eigendom van Landstede Groep en dienen op verzoek kosteloos in open bestandsformaten beschikbaar te worden gesteld.
6.	Rapportages bevatten per campagne en per medium: totale kosten, oplage, bereik, kanaaltipe (online/offline/hybride), en een interpretatie van de resultaten. Online rapportages zijn begrijpelijk opgesteld en geschikt voor interne verspreiding.
7.	Het bureau werkt actief samen met het vormgevingsbureau en andere betrokken partijen, met respect voor de merkpositionering en het narratief zoals ontwikkeld door het vormgevingsbureau.
8.	Het bureau stelt een vaste contactpersoon en een inhoudelijk gelijkwaardige back-up beschikbaar, zodat continuïteit van de dienstverlening ook bij afwezigheid geborgd is.
9.	Bij beëindiging van de overeenkomst wordt volledige medewerking verleend aan een soepele overdracht van werkzaamheden en gegevens aan Landstede Groep of een opvolgende partij.
10.	Jaarlijks vindt een evaluatie plaats met betrokkenen van Landstede Groep, inclusief teamleider C&M en inkoopadviseur.
11.	Het bureau borgt dat gebruikte strategieën, tooling en kanalen periodiek worden geëvalueerd en geactualiseerd, zodat de opdrachtgever altijd profiteert van de meest effectieve en toekomstbestendige inzet.
12.	Alle data (inclusief persoonsgegevens) wordt uitsluitend verwerkt conform schriftelijke instructies van Landstede Groep en voor het vooraf bepaalde doel.
13.	Het bureau voldoet aan de eisen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Verwerkersovereenkomsten worden separaat vastgelegd.
14.	Uw organisatie, inclusief het betrokken personeel, verplicht zich tot strikte geheimhouding van alle informatie die tijdens de uitvoering van de opdracht over Landstede Groep wordt verkregen. Deze geheimhoudingsplicht blijft ook na beëindiging van de overeenkomst onverminderd van kracht.
15.	U deelt kennis met onze medewerkers en biedt op ons verzoek maximaal twee keer per jaar kosteloos trainingen of kennissessies aan. Mogelijke onderwerpen voor de kennissessies zijn: online trends (nieuwe kanalen, etc.), ontwikkelingen binnen huidige kanalen, ontwikkelingen in de onderwijsmarkt, etc. Mogelijke onderwerpen voor trainingen zijn bijvoorbeeld: Effectiviteit van campagnes verhogen, doelgroepen bereiken via Youtube, praktische tips bij het opzetten van campagnes, data driven marketing SEA, SEO en Social media advertising. Wij kunnen, indien door u gewenst, een locatie of online omgeving beschikbaar stellen.
16.	Bij constatering of vermoeden van een datalek informeert u ons binnen 24 uur, met alle op dat moment beschikbare informatie. Indien volledige informatie niet direct beschikbaar is, verstrekt u deze zonder onredelijke vertraging in stappen.
17.	Alle door het bureau gebruikte systemen en tooling voor planning, monitoring, rapportage en opslag van campagnedata slaan gegevens uitsluitend op binnen de EU/EER, zodat deze onder Europese wet- en regelgeving vallen

18.	Het bureau voert, indien van toepassing, een Data Protection Impact Assessment (DPIA) uit bij campagnes of activiteiten waarbij persoonsgegevens worden verwerkt, en stemt deze af met Landstede Groep om risico's tijdig te identificeren en te beperken
19.	Het bureau houdt bij media inkoop rekening met duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid, bijvoorbeeld door transparantie in leverancierskeuze of het benutten van duurzame mediaoplossingen waar mogelijk.
20.	De inschrijver zet bij online campagnes erkende verificatietools in voor het meten van viewability, brand safety en fraudepreventie, zoals MOAT, IAS, DoubleVerify of gelijkwaardig.
21.	De inschrijver maakt bij de planning, uitvoering en rapportage van campagnes gebruik van actuele en erkende bereik onderzoeken, waaronder in ieder geval de onderzoeken van het Nationaal Media Onderzoek (NMO) en het Buitenreclame Onderzoek BRO Next, of gelijkwaardig.
22.	<p>De leverancier werkt met gangbare en professionele tooling voor de planning, uitvoering, monitoring en rapportage van zowel online als offline mediacampagnes. De tooling dient minimaal te voorzien in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- het plannen, inkopen en beheren van online en offline mediacampagnes;</li> <li>- het meten en monitoren van resultaten, waaronder bereik, zichtbaarheid en effectiviteit;</li> <li>- het opstellen van transparante rapportages en dashboards, die voor Landstede Groep inzichtelijk en controleerbaar zijn;</li> <li>- waarborgen dat de verwerking van persoonsgegevens plaatsvindt conform de geldende wet- en regelgeving (waaronder de AVG).</li> </ul> <p>De leverancier mag hiervoor gebruikmaken van eigen of externe systemen, mits deze voldoen aan bovengenoemde eisen en Landstede Groep toegang heeft tot de relevante data en rapportages.</p>

## Financiële eisen

Nummer	Eis
23.	De door Opdrachtnemer aangeboden tarieven zijn 'all-in', dat wil zeggen inclusief salariskosten, overheadkosten, kosten voor gebruik apparatuur/ middelen/ transportmiddelen, testkosten, kosten van keuringen, certificaten, verzekeringen, reis en verblijfkosten, verpakkings-, levering, transport- en opslagkosten, belasting, heffingen, administratieve kosten, kosten voor overleg, etc.
24.	De opgegeven uurtarieven zijn all-inclusive tarieven waarin alle kosten voor uitvoering, voorbereiding, overleg, administratie, rapportage en gebruik van interne systemen zijn begrepen
25.	Het bureau bewaakt actief het mediabudget, rapporteert afwijkingen tijdig en adviseert over optimale inzet om maximaal resultaat binnen de financiële kaders te realiseren.
26.	Facturatie meerwerk en nacalculatie geschiedt na schriftelijke goedkeuring van Landstede Groep. Door het indienen van een Inschrijving geeft u aan hiermee akkoord te gaan en hieraan te voldoen.
27.	<p>Prijzen kunnen 1 jaar na ingangsdatum (1 juli 2026) van de overeenkomst jaarlijks worden geïndexeerd. Het eerste indexatie moment is 1 juli 2027. Wij hanteren de jaarmutatatie van het afgelopen jaar. U informeert ons vóór 1 mei, gemotiveerd, over uw voornemen te indexeren plus het te verwachte percentage. Na schriftelijke goedkeuring vanuit Landstede Groep wordt de indexatie per 1 juli doorgevoerd.</p> <p>➤ CBS Dienstenprijzen index (DPI) 2021 = 100, jaarmutatatie afgelopen jaar.</p> <p>Bijvoorbeeld, u geeft op 1 mei 2027 aan dat u per 1 juli 2027 wilt indexeren. Landstede Groep kijkt op dat moment naar het percentage van de jaarmutatatie van 2026.</p>
28.	<p>Leverancier factureert de dienstverlening, conform de prijzen en tarieven zoals opgenomen in Bijlage C per opdracht of voor standaard afname per maand door middel van een gespecificeerde (verzamel) factuur (PDF én UBL).</p> <p>Betaling vindt plaats na correcte ontvangst en goedkeuring van de factuur. Facturen die niet voldoen aan de gestelde eisen worden niet in behandeling genomen en retour gezonden.</p> <p>Facturatie dienst plaats te vinden overeenkomstig de "gouden factuur regels". Facturatie gaat digitaal (email). De 'gouden factuur regels' zijn:</p>

- Juiste tenaamstelling: dus juiste én volledige stichtingsnaam
- PDF en UBL: factuur in PDF- én UBL- format (XML)
- Rechtstreeks door de leverancier naar juiste emailadres behorende bij de Stichting
- Referentie: kostenplaats + contactpersoon Landstede Groep

LET OP: Zonder kostenplaats in combinatie met correcte stichtingsnaam, contactpersoon en juiste emailadres verwerken wij uw factuur niet.

Vermeld op uw factuur:

- Naam, adres, telefoonnummer en e-mailadres van uw bedrijf.
- Correcte Stichting naam (zie overzicht hieronder)
- t.a.v. Naam contactpersoon
- email adres: zie overzicht hieronder
- Postbus 1
- 8000 AA Zwolle
- Kostenplaats: conform opdracht
- Naam contactpersoon: Naam opdrachtgever
- Omschrijving van de geleverde goederen/diensten in overeenstemming met de bestelling.
- Bankrekeningnummer en indien van toepassing BIC- en IBAN-code.
- BTW-nummer en correcte vermelding van de BTW bedragen.

Zet deze gegevens altijd op het eerste blad van de factuur. Uiteraard moet uw factuur voldoen aan de wettelijke voorwaarden, die u kunt vinden op [www.belastingdienst.nl](http://www.belastingdienst.nl).

Overzicht Stichting namen en emailadressen facturatie

Naam	Email
Stichting Agnieten College/De Boog	facturen@agnietencollege.nl
Stichting Ichthus College	facturen@ichthus-college.nl
Stichting Landstede	facturen@landstede.nl
Stichting Vechtdal College	facturen@vechtdalcollege.nl
Stichting Bestuur Landstede Groep	facturen@landstedegroep.nl

## 4. Hoe gaan wij gunnen?

Landstede Groep wenst een overeenkomst aan te gaan met de economisch meest voordelige inschrijver die de inschrijving met de beste prijs-kwaliteitverhouding heeft ingediend. Wij beoordelen de inschrijvingen op onderstaande gunningscriteria:

Gunningscriterium	Maximale punten	Totaal
<b>Kwaliteit</b>		70
K1.1 Case VO	20	
K1.2 Case MBO	20	
K2 Service en dienstverlening	15	
K3 Presentatie	15	
<b>Prijs</b>		
Prijsopgaveformulier	30	
<b>Totaal Prijs/Kwaliteit</b>	100	100

U kunt maximaal 100 punten scoren. Uw scores per (sub)gunningcriterium tellen we na beoordeling op tot een totaalscore. De inschrijver die na puntentoekening de hoogste totaalscore behaalt, komt voor gunning in aanmerking.

Als blijkt dat meerdere inschrijvers met een gelijke totaalscore eindigen als 'beste inschrijver', geeft de hoogste score op het gunningscriterium K1 de doorslag. Indien ook de hoogste score op het gunningscriterium Prijs geen doorslag geeft, bepaalt het lot ten gunste van wie de gunningbeslissing uitvalt. De betreffende inschrijvers stellen we uiteraard tijdig hierover van op de hoogte.

## Gunningscriteria Kwaliteit

Voor de beoordeling van de voorstellen is door ons een projectgroep ingericht. Hun bevindingen rapporteren we plenair. Op basis van de rapportage stelt de projectgroep een eindadvies op. Het advies van de projectgroep volgt de gebruikelijke informatie- en consultatieroute van projectgroep naar College van Bestuur. De projectgroep bestaat uit de volgende leden:

- Teamleider Communicatie & Marketing
- Communicatieadviseur Voortgezet Onderwijs
- Communicatieadviseur Middelbaar Beroeps Onderwijs
- Inkoopadviseur (geen beoordelaar)

## Beoordeling kwaliteit

Voor de beoordeling van de kwaliteit van de voorstellen gaan wij uit van de beantwoording op onderstaande kwaliteitscriteria. De antwoorden op de vragen per kwaliteitscriterium voegt u toegevoegd aan uw offerte als bijlagen.

### Bij elk onderdeel (kwaliteitscriterium) beoordelen wij:

- Of u duidelijk en concreet maakt wat de door u voorgestelde werkwijze en aanpak is (SMART);
- Of u voldoende aannemelijk maakt dat u de afgesproken resultaten ook haalt (bijvoorbeeld door aan te tonen dat de voorgestelde werkwijze al door u wordt uitgevoerd voor een andere opdrachtgever; of omdat u personeel in dienst heeft met specifieke opleidingen en ervaring, etc.);
- Of u met uw aanpak de doelstellingen bereikt. Oftewel, hoe aannemelijk maakt u het dat uw werkwijze en aanpak het beoogde effect bereiken (bijvoorbeeld door dit aan te tonen met onderzoeken, effecten van vergelijkbare werkwijzen onder soortgelijke omstandigheden, logica, etc.).

K1 richt zich op de inhoudelijke en strategische kwaliteit van de dienstverlening; K2 beoordeelt de manier waarop de inschrijver de samenwerking en operationele uitvoering vormgeeft.

## Kwaliteitscriterium 1 (K1): Case VO en MBO

Landstede Groep hecht grote waarde aan een partner die laat zien de doelgroep te begrijpen en te kunnen bereiken met passende campagnes. Met deze casussen willen wij de kwaliteit, visie en werkwijze van uw bureau beoordelen op het gebied van mediastrategie, campagnevoering en advisering.

U wordt gevraagd om twee jaarstrategieën te ontwikkelen:

K1.1 Voor voortgezet onderwijs scholen van Landstede Groep (schooljaar 2026–2027)

K1.2 Voor Landstede MBO (schooljaar 2026–2027)

Beide strategieën omvatten een geïntegreerde aanpak van online en offline media, met als doel het realiseren van zichtbaarheid, engagement en conversie richting de relevante wervingsmomenten. De uitwerking is exclusief creatie, maar mag voorstellen bevatten voor contentontwikkeling (tekst, fotografie, video). De uitvoering van contentproductie wordt door Landstede Groep bepaald en kan bij het bureau worden belegd.

De uitwerking dient richting en denkkracht te tonen, niet een volledig uitgewerkte mediacampagne. De verwachte inzet is beperkt tot een globale strategie, aanpak en indicatieve begroting en laat duidelijk de werkwijze van inschrijver zien.

### Doelstelling

Een mediabureau contracteren dat op basis van relevante data, marktinzicht en professionele tooling een integraal, creatief en doelgroepsgericht campagneplan ontwikkelt en uitvoert. Het bureau weet on- en offline middelen effectief te combineren tot een samenhangende strategie binnen de beschikbare budgetten..

De inschrijver levert voor elk kwaliteitscriterium (K1.1 en K1.2) een uitwerking aan bestaande uit maximaal 4 A4-pagina's tekst en maximaal 4 A4-pagina's beeldmateriaal. De genoemde maxima gelden per onderdeel (K1.1 en K1.2).

### K1.1 Case VO: Wervingscampagne voortgezet onderwijs scholen Landstede Groep

#### Achtergrond

Landstede Groep biedt een breed palet aan voortgezet onderwijs, variërend van praktijkonderwijs tot gymnasium, verspreid over diverse steden en dorpen in de regio. Alle scholen vallen onder Landstede Groep, maar hebben elk een eigen identiteit, sfeer en profilering. Denk aan scholen met een focus op cultuur, sport, wereldburgerschap of innovatieve onderwijsmethoden.

Wat de scholen verbindt:

- Ze maken deel uit van Landstede Groep
- Ze participeren in de overkoepelende campagne Kies de school die bij je past
- Ze bieden gezamenlijk een breed en divers aanbod, zodat er voor iedere leerling een passende school is

In Zwolle is sprake van onderlinge concurrentie tussen de VO-scholen, ook met scholen uit de regio. Afstand tot school is een belangrijk keuzemotief voor ouders en leerlingen. De huidige campagnestrategie kent een gefaseerde aanpak. Uw strategie bouwt hierop voort en biedt een vernieuwende, geïntegreerde invulling.



## Campagneperiode

De campagne loopt van september 2026 t/m maart 2027, met piekmomenten in:

- Oktober/november: start oriëntatie en eerste open dagen
- Januari/februari: vervolg open dagen en informatieavonden
- Maart: landelijke, centrale aanmeldweek (In deze week melden basisschoolleerlingen uit groep 8 zich aan)

De strategie draagt bij aan:

- Awareness: vergroten van de merkbekendheid van Kies de school die bij je past en de vo-scholen.
- Interesse: stimuleren van websitebezoek en promotie van voorlichtingsmomenten.
- Conversie: verhogen van het aantal bezoeken aan open dagen/informatieavonden en aanmeldingen.

## Doelgroepen

- Primair: leerlingen uit groep 7 en 8 van het basisonderwijs binnen het verzorgingsgebied van Landstede Groep.
- Secundair: ouders/verzorgers van kinderen in groep 7 en 8 binnen het verzorgingsgebied van Landstede Groep.

## Opdrachtoomschrijving:

De uitwerking is bedoeld om inzicht te geven in de denkwijze, strategische richting en werkwijze van de inschrijver. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling een volledig uitgewerkte mediacampagne te presenteren.

### A. Mediastrategie en campagnevoorstel:

- Hoofdpijnen van de mediastrategie; doelgroep, kanalen, online/offline balans.
- De reden voor kanaalkeuze en tools.
- Een voorbeeld van één creatieve richting of actielijn binnen het concept “Kies de school die bij je past”.
- Een korte suggestie voor het versterken van de PO-VO verbinding.

### B. Plan voor monitoring, rapportage en optimalisatie:

- Hoe de campagneprestaties worden gevolgd.
- Hoe resultaten worden gerapporteerd aan Landstede Groep.
- Hoe feedback en optimalisatie zijn ingebouwd in de samenwerking.
- Hoe wordt omgegaan met ad hoc opdrachten.

### C. Financieel overzicht waarin wordt gespecificeerd:

- Hoe het totale mediabudget van €150.000 incl. BTW (incl. mediabudget en excl. contentcreatie) wordt ingezet.
- Verdeling tussen mediakanalen en disciplines.
- Hoe de kosten tot stand komen: vooraf, achteraf, vaste prijs, urenraming, etc.

## K1.2 Case MBO: Landstede MBO

### Achtergrond

Landstede MBO is een mbo-instelling met circa 10.000 studenten, verspreid over 14 locaties in Zwolle (7), Harderwijk (4), Raalte (1), Dronten (1) en Lelystad (1). Landstede MBO biedt een breed en gevarieerd aanbod van mbo-opleidingen, gegroepeerd in thematische clusters die wij 'Landschappen' of interessegebieden noemen.

### Vernieuwde positionering: Ga ervoor bij Landstede MBO!

In het afgelopen schooljaar hebben we gewerkt aan een vernieuwde positionering. Deze positionering benadrukt de kracht en uniekheid van Landstede MBO. Niet door iets nieuws te introduceren, maar door te laten zien waar Landstede MBO al goed in is.

'Ga ervoor' draait om positiviteit, je gesteund voelen en lef tonen. Je gaat naar Landstede MBO omdat je een opleiding wilt volgen op een plek waar je docenten echt aandacht voor je hebben. Waar je goed onderwijs krijgt en vaardigheden leert waar je in de praktijk veel aan hebt. Als het even tegenzit, weet je dat je goede begeleiding krijgt. Het belangrijkste: je wordt opgeleid tot een professional die zelfverzekerd aan de slag gaat in de praktijk.

Het is niet erg om onzeker te zijn of te twifelen aan je opleidingskeuze. Maar we willen dat onze studenten hun potentie ten volle benutten en dat zij zich niet laten tegenhouden. Daarom zeggen wij: Ga ervoor. Wij weten dat onze studenten uit kunnen groeien tot mbo-professional, met de juiste aanpak en begeleiding.

### Campagnes Landstede MBO

Jaarlijks wordt er een campagnestrategie ontwikkeld die gericht is op continue zichtbaarheid gedurende het hele wervingsjaar. De campagne wordt ingezet via diverse online en offline kanalen en heeft als doel om potentiële studenten te informeren, enthousiasmeren en te activeren, voor bijv. een bezoek aan een Open Huis, een meeloopdag of het aanmelden voor een opleiding.

De campagnes worden gevoerd onder het merk Landstede MBO, waarbij de Landschappen af en toe uitgelicht worden. Deze keuze is gebaseerd op:

- Overzicht en helderheid voor de doelgroep

Met meer dan 100 opleidingen is het essentieel om de communicatie overzichtelijk te houden. Door te werken vanuit het merk Landstede MBO voorkomen we dat de doelgroepen worden overspoeld met uiteenlopende en versnipperende boodschappen.

- Merkverhaal als onderscheidend vermogen

Het opleidingsaanbod verschilt inhoudelijk niet sterk van dat van onze concurrenten. Wat Landstede MBO wél onderscheidt is haar identiteit en merkverhaal. Door in campagnes in te zetten op (succes)verhalen en de kernwaarden bouwen we aan merkvoorkeur en vertrouwen.

### Huidige campagneopbouw

De huidige opzet van de campagne van Landstede MBO bestaat uit de volgende campagnes:

1. Een always on laag (touchfase)
2. Open Huis campagnes (tell- en sellfase)
3. Meeloopcampagne (tell- en sellfase)
4. Aanmeldcampagne (tell- en sellfase)



Planning/tooptijd social campagnes Landstede MBO

## Doelstelling

Het doel is om awareness, interesse en conversie te realiseren bij de doelgroepen van Landstede MBO, met als belangrijkste call-to-actions:

- Bezoek aan Open Huizen (november, januari, maart)
- Meelopen vanaf november
- Aanmelden vóór 1 april
- Deelname aan informatiemarkt (juni)

De strategie moet bijdragen aan:

- Zichtbaarheid van Landstede MBO als merk
- Aansluiting bij de verschillende doelgroepen
- Verhoging van kwalitatieve traffic naar landingspagina's
- Verhoging van het aantal aanmeldingen

## Doelgroepen

### Primair

- Leerlingen vmbo 3-4 en havo 3-4 binnen het verzorgingsgebied (15 t/m 20 jaar).
- Werkenden en werkzoekenden tussen de 18 en 35 jaar binnen het verzorgingsgebied, die praktijkgericht willen leren en een mbo-diploma willen behalen in combinatie met een (leer)baan.

### Secundair

- Ouders (40 t/m 60 jaar) van leerlingen vmbo 3-4 en havo 3-4 binnen het verzorgingsgebied.

## Opdrachtschrijving:

De uitwerking is bedoeld om inzicht te geven in de denkwijze, strategische richting en werkwijze van de inschrijver. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling een volledig uitgewerkte mediacampagne te presenteren.

### A. Mediastrategie en campagnevoorstel:

- De hoofdlijnen van de mediastrategie – hoe bereik je de doelgroepen op het juiste moment, via een logische balans tussen online en offline media;
- De motivatie voor kanaalkeuze, middelen en tools;
- De aansluiting bij de positionering “Ga ervoor bij Landstede MBO”;
- Eén voorbeeld van een creatieve actielijn of activatievorm.

### B. Plan voor monitoring, rapportage en optimalisatie:

- Hoe de campagneprestaties worden gevolgd.
- Hoe resultaten worden gerapporteerd aan Landstede Groep.
- Hoe feedback en optimalisatie zijn ingebouwd in de samenwerking.
- Hoe wordt omgegaan met ad hoc opdrachten.

### C. Financieel overzicht waarin wordt gespecificeerd:

- Hoe het totale mediabudget van €175.000 incl. BTW wordt ingezet;
- Verdeling tussen mediakanalen en disciplines.
- Hoe de kosten tot stand komen: vooraf, achteraf, vaste prijs, urenraming, etc.

## Beoordeling:

- Strategische onderbouwing (40%)  
De mate waarin de mediastrategie logisch, doelgericht en onderbouwd is met relevante inzichten of aannames. Het gaat niet om uitgebreid onderzoek, maar om helder denkwerk en een realistische aanpak binnen de context van de opdracht.
- Integrale campagneaanpak (30%)  
Hoe goed de inschrijver de samenhang tussen on- en offline media, timing en doelgroep fasering weet te beschrijven. De kwaliteit van de voorgestelde mix en de consistentie met de positionering.
- Creativiteit en innovatie binnen budgettaire kaders (20%)  
De mate waarin het voorstel inspirerend, vernieuwend en toch uitvoerbaar is binnen de financiële randvoorwaarden.

- Inzicht in de doelgroep en regionale context (10%)  
Het bureau toont aantoonbaar begrip van de doelgroepen binnen de regio waarin Landstede Groep actief is. Dit kan blijken uit het klantportfolio, relevante ervaring of onderbouwde marktinzichten.

## Kwaliteitscriterium 2 (K2): Service en dienstverlening

Landstede Groep hecht waarde aan een duurzame samenwerking met een mediapartner die transparant, proactief en efficiënt opereert. Dit criterium beoordeelt de kwaliteit van de dienstverlening, de manier van samenwerken en de borging van continuïteit.

Het gaat hierbij niet om de inhoudelijke campagnestrategie (zoals beoordeeld in K1), maar om de wijze waarop het bureau de kwaliteit van de samenwerking borgt, processen organiseert en continuïteit waarborgt binnen de samenwerking met Landstede Groep.

### Doelstelling

Selecteren van een mediapartner die de samenwerking professioneel en transparant organiseert, en actief bijdraagt aan voortdurende verbetering van campagnes en processen.

Inschrijver dient in het kader van de beoordeling op kwaliteit uitleg te geven over onderstaande onderwerpen (maximaal 4 A4). Bij deze beoordeling spelen de volgende elementen (onder andere) een rol:

- **Dienstverlening**  
Beschrijf hoe u de samenwerking met de opdrachtgever vormgeeft (bereikbaarheid, contactmomenten, overlegstructuur en projectbegeleiding). Licht toe hoe u als adviseur en sparringpartner optreedt en de opdrachtgever actief ontzorgt in alle fasen.
- **Rapportages**  
Geef aan hoe u de effectiviteit van campagnes monitort en rapporteert, inclusief frequentie, transparantie en vertaling naar concrete adviezen en optimalisaties.
- **Optimalisatie**  
Toon hoe u tijdens campagnes bijstuurt indien resultaten achterblijven, hoe u hierover communiceert en hoe u leert van eerdere ervaringen om strategieën te verbeteren.
- **Tooling**  
Beschrijf welke tooling u inzet voor planning, inkoop, uitvoering, monitoring en rapportage, hoe dit inzicht en grip biedt op budget en prestaties, en hoe dit bijdraagt aan transparantie, veiligheid en optimalisatie.
- **Media inkoopafspraken**  
Beschrijf op welke wijze u de media inkoop organiseert en welke afspraken u maakt met mediapartijen om voor Landstede Groep het beste rendement te behalen.
- **Innovatie**  
Toon hoe u de dienstverlening doorlopend vernieuwt. Concreet treft de leverancier aantoonbaar maatregelen om minimaal twee relevante innovaties per contractjaar te introduceren of te toetsen
- **Overige onderwerpen die naar het oordeel van inschrijver een meerwaarde bieden voor Landstede Groep en waarmee u verwacht u te kunnen onderscheiden ten opzichte van andere marktpartijen.**

Indien de inschrijver meer pagina's indient dan het maximaal gestelde aantal, worden slechts de toegestane pagina's aan het beoordelingsteam aangeboden ter beoordeling.

## Kwaliteitscriterium 3 (K3): Presentatie

### Doelstelling

Verifiëren of de aangeboden dienstverlening en aanpak uit de schriftelijke inschrijving in de praktijk overtuigend, uitvoerbaar en passend bij de behoeften van Landstede Groep zijn

Na ontvangst van de inschrijvingen worden deze beoordeeld op de gunningscriteria K1 en K2 en op de prijs. Vervolgens worden de scores samengevoegd en gerangschikt. De drie inschrijvers met de hoogste totaalscore worden uitgenodigd voor een presentatie. Wij kiezen voor deze werkwijze om inschrijvers niet met onnodige kosten te belasten.

Het doel van de presentatie is om een goed inzicht te verkrijgen in de aangeboden dienstverlening en de praktische uitvoering daarvan. Tijdens de presentatie lichten inschrijvers hun schriftelijk ingediende uitwerking van K1 toe. Zowel de inschrijver als de Landstede Groep krijgen hierbij gelegenheid om vragen te stellen en/of nadere toelichting te geven. Alle leden van de projectgroep zijn bij de presentaties aanwezig.

Tijdens de presentatie wordt geverifieerd of de praktijk overeenkomt met de schriftelijke beantwoording op K1. Voor de mondelinge toelichting worden geen andere criteria gehanteerd dan in de aanbestedingsstukken beschreven.

De presentatie wordt als afzonderlijk gunningscriterium (K3) beoordeeld en kent een maximale score van 15 punten. Bij de beoordeling wordt gelet op:

- de mate waarin de mondelinge toelichting aansluit bij de schriftelijke uitwerking van K1;
- de helderheid, overtuigingskracht en professionaliteit van de presentatie;
- de wijze waarop het team inspeelt op vragen en de samenwerking en rolverdeling binnen het team zichtbaar maakt;
- de mate waarin vertrouwen wordt gewekt dat het bureau de beschreven aanpak daadwerkelijk kan realiseren en Landstede Groep kan ontzorgen.

De presentatie biedt geen ruimte voor het toevoegen van nieuwe inhoud of aanvullende criteria, maar dient ter verificatie en verdieping van de schriftelijke inschrijving.

De presentatie duurt maximaal 45 minuten en vindt plaats op de datum zoals opgenomen in de planning op locatie Rechterland 1 in Zwolle.

### Beoordeling kwalitatieve gunningscriteria

Wij beoordelen de kwaliteit van uw inschrijving met een cijfer. Zijn er meerdere subgunningscriteria (1, 2, 3 enzovoorts)? Dan krijgt elk subgunningscriterium een cijfer.

### Het cijfer drukt de inhoudelijke beoordeling uit

De beoordelingscommissie bepaalt welk percentage van het maximaal te geven punten uw inschrijving krijgt voor elk subgunningscriterium. U krijgt hierbij een percentage tussen de 0% en de 100% toegekend. In de tabel hieronder ziet u wat elk percentage zegt over de kwaliteit van uw inschrijving. Deze opsomming is uitputtend.

Bijvoorbeeld: Het onderdeel K2 heeft een maximale score van 15 punten. Uw score op dit onderdeel is 80%. Dan ontvangt u voor dit onderdeel  $15 \text{ punten} \times 80\% = 12 \text{ punten}$

Waardering	Percentage	Criteria
Onvoldoende	0%	Naar het oordeel van de beoordelingscommissie: <ul style="list-style-type: none"><li>• is er is geen uitwerking van het criterium overgelegd of is de uitwerking niet volledig, of</li><li>• geeft de uitwerking onvoldoende concrete informatie over de uitvoering van de opdracht en het behalen van de doelstellingen van Landstede Groep. De beantwoording van het subgunningscriterium</li></ul>

		geeft overall gezien blijk van een onvoldoende kwaliteitsniveau en leidt niet tot het vertrouwen dat Inschrijver de doelstelling van het subgunningscriterium gaat realiseren.
Voldoende	50%	<p>Naar het oordeel van de beoordelingscommissie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• is de uitwerking volledig, en</li> <li>• is de uitwerking in voldoende mate duidelijk en concreet, en</li> <li>• worden met de uitwerking de doelstelling(en) die Landstede Groep met het betreffende criterium nastreeft, gerealiseerd, maar blijkt uit de uitwerking geen meerwaarde voor Landstede Groep.</li> </ul>
Goed	80%	<p>Naar het oordeel van de beoordelingscommissie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• is de uitwerking volledig, duidelijk en concreet, en</li> <li>• blijkt uit de uitwerking meerwaarde voor Landstede Groep t.o.v. de gestelde (minimum)eisen in relatie tot het betreffende criterium, en</li> <li>• is de meerwaarde duidelijk en concreet omschreven, waarbij grotendeels gebruik is gemaakt van feitelijke en/of verifieerbare informatie, en.</li> <li>• biedt inschrijver met zijn uitwerking het vertrouwen dat de doelstelling die Landstede Groep met het betreffende criterium nastreeft gerealiseerd gaat worden.</li> </ul>
Uitstekend	100%	<p>Naar het oordeel van de beoordelingscommissie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Is de uitwerking volledig, duidelijk en concreet, en</li> <li>• blijkt uit de uitwerking aanzienlijke meerwaarde voor Landstede Groep t.o.v. de gestelde (minimum)eisen in relatie tot het betreffende criterium.</li> <li>• Is de meerwaarde voor Landstede Groep duidelijk en concreet omschreven, waarbij volledig gebruik is gemaakt van feitelijke en/of verifieerbare informatie, en</li> <li>• overtreft de omschrijving de verwachtingen van de beoordelingscommissie, en</li> <li>• biedt inschrijver met zijn omschrijving in hoge mate het vertrouwen dat de doelstelling van die Landstede Groep met het betreffende criterium nastreeft, gerealiseerd gaat worden.</li> </ul>

\* Onder meerwaarde wordt verstaan de toevoeging die de inschrijving biedt bovenop hetgeen in de aanbesteding wordt gevraagd in relatie tot het betreffende criterium.

## De beoordelaars weten bij het beoordelen nog niet welke prijs bij een inschrijving hoort

Zo zorgen we ervoor dat de beoordelaars uitsluitend de kwaliteit van uw inschrijving beoordelen.

### De cijfers worden op deze manier bepaald:

- Ieder lid van de beoordelingscommissie beoordeelt individueel de inschrijvingen op de onderdelen K1 en K2 en kent hiervoor een voorlopige score toe.
- Vervolgens vindt een plenaire sessie plaats waarin de beoordelingscommissie de individuele scores en toelichtingen bespreekt. In deze sessie wordt in consensus de definitieve beoordeling en score vastgesteld voor K1 en K2.
- De drie inschrijvers met de hoogste totaalscore op de onderdelen K1, K2 en Prijs worden uitgenodigd om hun inschrijving toe te lichten tijdens een korte presentatie.
- Op basis van deze presentatie beoordeelt ieder commissielid individueel het onderdeel K3.
- Daarna komt de beoordelingscommissie opnieuw plenair bijeen om de scores en bevindingen voor K3 te bespreken. Tijdens deze sessie wordt gezamenlijk tot één definitieve score per criterium gekomen.
- Alle vastgestelde scores worden vervolgens administratief vastgelegd en vormen samen de eindbeoordeling per inschrijver.

De beoordelingscommissie baseert haar waarderingen op het totaalbeeld van de kwaliteit van de inschrijving met betrekking tot het desbetreffende gunningscriterium. De gunningscriteria zijn voorzien van een toelichting, waarin we elementen noemen die voor ons van belang zijn. Deze elementen zijn slechts genoemd ter toelichting ten behoeve van

inschrijver en zijn niet te beschouwen als nadere “gunningscriteria”. De genoemde elementen zijn niet in volgorde van belangrijkheid opgenomen en zijn evenmin uitputtend.

## Gunningscriterium Prijs (P1)

U maakt voor het opgeven van de inschrijfprijs gebruik van het Prijsinvalformulier (Bijlage C). De beoordeling vindt plaats op basis van prijs kwaliteit verhouding 30/70.

U vult per type in welk uurtarief hiervoor gerekend wordt. Dit is exclusief mediabudget dat wordt besteed aan online mediakanalen en de inkoop van offline middelen.

Hieronder vindt u de omschrijving van de werkzaamheden.

### 1. Projectmanagement

Projectmanagement betreft de coördinatie en bewaking van alle processen en samenwerking, waaronder:

- Aansturing van campagnes
- Afstemming met Landstede Groep
- Planning, budgetbewaking en voortgangsrapportages
- Organisatie van vaste overlegmomenten en tussentijdse bijsturing

### 2. Strategische werkzaamheden

Strategie omvat het ontwikkelen van een overkoepelende mediastrategie per onderwijssegment (vo, Landstede MBO, Menso Alting), inclusief:

- Jaarlijkse strategische planning en kanaalkeuze
- Conceptontwikkeling en integratie van online en offline media
- Advies over doelgroepbenadering en regionale relevantie
- Opzetten van Landstede Groep-brede campagnes voor merkversterking
- Afstemming met interne teams en het vormgevingsbureau over merkpositionering

### 3. Tactische en operationele werkzaamheden

Deze werkzaamheden zijn uitvoerend van aard en omvatten:

- Uitvoerende werkzaamheden die nodig zijn om media-inkoop en -plaatsing te realiseren.
- Monitoring, optimalisatie en rapportage van campagnes op basis van resultaten
- Contentcreatie (tekst, fotografie, video) indien van toepassing
- Uitvoering van ad hoc opdrachten (zoals overlidensadvertenties)
- Beheer van toegang tot social media-kanalen

### 4. Ad-hoc en aanvullende werkzaamheden

Deze werkzaamheden zijn aanvullend op de reguliere campagnes en omvatten:

- Het uitvoeren van incidentele opdrachten, zoals overlidensadvertenties.
- Het ontwikkelen en plaatsen van aanvullende campagnes voor specifieke opleidingen, doelgroepen of locaties (met name binnen het mbo).
- De inzet van extra offline media-uitingen, zoals advertorials, plaatsingen in doelgroepgerichte magazines en outdoor media in geselecteerde gemeenten.

Heeft u de offerte ingediend met de laagste Totaalprijs? Dan scoort u het maximaal aantal te behalen punten (30). Heeft u niet de offerte ingediend met de laagste Totaalprijs? Dan wordt uw score berekend aan de hand van de volgende formule.

Relatieve beoordeling van de prijs

(Laagste totaalprijs / totaalprijs te beoordelen Inschrijving) x 30

Afronding vindt plaats op één cijfers achter de komma. Ter illustratie volgt hieronder een uitwerking aan de hand van fictieve prijzen.

Rekenvoorbeeld:

Inschrijver X geeft een totaalprijs van € 110.000

Inschrijver Y geeft een totaalprijs van € 115.000

Inschrijver Z geeft een totaalprijs van € 99.000

De inschrijver met de laagste totaalprijs is inschrijver Z en scoort maximaal met 30 punten.

Inschrijver X behaalt  $(\text{€ } 99.000 / \text{€ } 110.000) \times 30 = 27$  punten

Inschrijver Y behaalt  $(\text{€ } 99.000 / \text{€ } 115.000) \times 30 = 26$  punten

## 5. Wat moet je weten over de procedure?

### Indicatieve planning

Tijdens deze procedure houden wij onderstaande planning aan. Wijzigingen communiceren wij met u.

Fase	Datum	Tijdstip
Publicatie beschrijvend document	16-10-2025	
Uiterste datum indiening vragen Nota van Inlichtingen I	03-11-2025	12:00
Publicatie Nota van Inlichtingen I	10-11-2025	
Uiterste datum indiening vragen Nota van Inlichtingen II	17-11-2025	12:00
Publicatie Nota van Inlichtingen II	21-11-2025	
Uiterste datum indiening inschrijvingen	11-12-2025	12:00
Opening inschrijvingen	11-12-2025	
Uitnodiging presentaties	19-12-2025	
Presentaties top 3 leveranciers	06-01-2026	
Gunningsbeslissing	30-01-2026	
Definitieve gunning	20-02-2026	
Ingangsdatum overeenkomst	01-07-2026	

### Contactpersoon

Uw contactpersoon is Joline van der Pant, inkoopadviseur bij Landstede Groep. U communiceert alleen met deze persoon over de aanbesteding. Communicatie vindt uitsluitend per TenderNed plaats. Communiceert u over deze aanbesteding met andere medewerkers van Landstede Groep of via andere kanalen? Dan kan dit voor ons aanleiding zijn om uw inschrijving ongeldig te verklaren en u uit te sluiten van verdere deelname aan de aanbesteding.

### Stel al uw vragen via TenderNed

Heeft u vragen over de inhoud of de procedure van deze aanbesteding? Stel uw vragen dan via de 'vraag- en antwoord module' van TenderNed, voorzien van een verwijzing naar de bron van de vraag. Vragen die u op een andere manier stelt, beantwoorden wij niet. U kunt ook vragen stellen of suggesties doen bij de contractvoorwaarden in hetzelfde formulier. Suggesties die wij overnemen ziet u terug in de overeenkomst.

### Dien al uw vragen en suggesties in voor de in de planning opgenomen datum en tijdstip

Zo zorgt u ervoor dat u tijdig antwoord krijgt op uw vraag. Dient u uw vraag of suggestie te laat in? Dan beantwoorden we uw vraag alleen als wij vinden dat het belangrijke informatie is voor alle inschrijvers. De inschrijftermijn verandert dan in principe niet, ook als wij de antwoorden minder dan 10 dagen voor de sluitingsdatum publiceren.

## Zorg dat uw vragen en suggesties anoniem zijn

Gebruik daarom in uw vraag geen: bedrijfsnamen, productnamen, en/of andere namen die aan uw organisatie gerelateerd zijn.

## Wij publiceren alle vragen en antwoorden op TenderNed

U leest alle vragen en antwoorden in de Nota van Inlichtingen. Alle inschrijvers krijgen op die manier evenveel informatie. U ontvangt een e-mail op het moment dat wij de vragen en antwoorden publiceren. We publiceren de Nota van Inlichtingen uiterlijk op de in de planning opgenomen datum.

## U kunt ook vertrouwelijk vragen stellen

Het antwoord is dan alleen voor u bestemd. Niet voor de andere inschrijvers. Wilt u een vertrouwelijk antwoord op uw vraag? Motiveer dan duidelijk waarom u van mening bent dat openbaarmaking van deze informatie schade kan toebrengen aan de gerechtvaardigde economische belangen van uw onderneming. Zijn we het niet eens met uw motivatie? Dan leggen wij u de keuze voor; wij nemen uw vraag op in de algemeen ter beschikking te stellen Nota van Inlichtingen, of wij beantwoorden uw vraag niet.

## Checklist

Let bij het inleveren van de documenten dat ze rechtsgeldig ondertekend zijn. Dit toont u aan met een recent en gewaarmerkt uittreksel uit het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (of gelijkwaardig register in het buitenland). Indien een rechtspersoon (bijv. een B.V.) tekenbevoegd is, voegt u ook het uittreksel van die rechtspersoon toe, zodat duidelijk is wie de natuurlijke persoon is die bevoegd tekent.

Omschrijving	Formulier	Verplicht	Door wie	Toevoegen TenderNed	Ondertekend
Antwoord op gunningscriteria Kwaliteit (bestand in PDF)	Nvt.	Ja	Inschrijver of (i.g.v. combinatie) de penvoerder	Onder de gunningscriteria "Overige Documenten"	Nvt
Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA)	Bijlage A	Ja	Inschrijver of (i.g.v. combinatie) alle combinanten) of (i.g.v. beroep op derde om te voldoen aan geschiktheidseisen) alle derden.	Onder de eisen "Overige Documenten"	Ja
Referenties	Bijlage B	Ja	Inschrijver of (i.g.v. combinatie) de penvoerder	Onder de eisen "Overige Documenten"	Nvt
Gunningscriterium Prijs Prijsopgaveformulier (bestand in Excel en PDF)	Bijlage C	Ja	Inschrijver of (i.g.v. combinatie) de penvoerder	Onder de gunningscriteria "Overige Documenten"	Ja
Gewaarmerkt Uittreksel uit het register van de Kamer van Koophandel (inclusief volmacht indien van toepassing). Deze mag op het moment van de inschrijving niet ouder zijn dan 6 maanden.	n.v.t.	Ja	Inschrijver of (i.g.v. combinatie) de penvoerder	Onder de eisen "Overige Documenten"	Nvy

## 6. Uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen

---

U leest in dit hoofdstuk welke uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen wij hanteren. Via het Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA) geeft u aan of de uitsluitingsgronden wel of niet op u van toepassing zijn en of u voldoet aan de geschiktheidseisen.

### Uitsluitingsgronden

In Deel III van het UEA leest u welke uitsluitingsgronden van toepassing zijn. Uw inschrijving is in principe ongeldig als een van de uitsluitingsgronden van toepassing is. Wij sluiten u dan uit van verdere deelname.

We delen de Uitsluitingsgronden op in drie verschillende soorten:

- Deel III.A: Gronden die verband houden met strafrechtelijke veroordelingen.
- Deel III.B: Gronden die verband houden met de betaling van belastingen of sociale premies.
- Deel III.C: Gronden met betrekking tot insolventie, belangenconflict of beroepsfouten.

### Geschiktheidseisen

U voldoet aan onderstaande geschiktheidseisen.

#### Technische bekwaamheid

Om voor de opdracht in aanmerking te komen, moet inschrijver aantoonbaar beschikken over voldoende deskundigheid en ervaring met betrekking tot de onderhavige opdracht. Per kerncompetentie toont inschrijver aan dat hij over voldoende deskundigheid en ervaring beschikt door middel van het overleggen van maximaal één referentie per kerncompetentie.

#### Kerncompetentie 1

U overlegt een referentieproject van een vergelijkbare opdracht in omvang en complexiteit, die u de afgelopen drie jaar, gerekend vanaf de publicatiedatum van deze aanbesteding, heeft uitgevoerd bij een vergelijkbare (onderwijs)organisatie met min. 500 medewerkers. Uit deze referentie blijkt dat u in staat bent een geïntegreerde mediastrategie te ontwikkelen en uit te voeren, waarbij zowel digitale als traditionele mediakanalen effectief worden ingezet.

#### Kerncompetentie 2

U overlegt een referentieproject van een vergelijkbare opdracht in omvang en complexiteit, die u de afgelopen drie jaar gerekend vanaf de publicatiedatum van deze aanbesteding, heeft uitgevoerd bij een organisatie met vergelijkbare doelgroepen als Landstede Groep, zoals jongeren, studenten, ouders of (toekomstige) medewerkers. Uit deze referentie blijkt dat u ervaring heeft met het ontwikkelen en uitvoeren van doelgroepgerichte campagnes binnen een maatschappelijke of educatieve context.

Inschrijver dient hiertoe Bijlage B Referentieformulier in te vullen.

#### Financiële en economische draagkracht

U beschikt over een stabiele onderneming die de continuïteit kan garanderen.

#### Verzekering

U verklaart dat uw onderneming deugdelijk is/blijft verzekerd gedurende de uitvoering van de opdracht tegen wettelijke aansprakelijkheid en tegen beroeps- en bedrijfsaansprakelijkheid voor een bedrag van minimaal € 500.000 per schadeveroorzakende gebeurtenis met een minimum van €1.500.000 per jaar.

#### Kwaliteitsborging

U heeft voldoende kennis en kunde in huis om de opdracht efficiënt en vakkundig uit te voeren en beschikt hiertoe over de volgende certificeringen:

- ISO 9001 (Kwaliteitsmanagementsysteem): toont aan dat u een solide kwaliteitsmanagementsysteem hanteert, gericht op klanttevredenheid en continue verbetering van producten en diensten.
- ISO 14001 (Milieumanagementsysteem): toont aan dat u maatregelen neemt om de impact van zijn activiteiten op het milieu te minimaliseren, en dat hij zich inzet voor duurzame productie- en leveringsprocessen

- ISO 27001 (Informatiebeveiliging): toont aan dat de inschrijver beschikt over een gedegen informatiebeveiligingsmanagementsysteem, waarmee de vertrouwelijkheid, integriteit en beschikbaarheid van (persoons)gegevens gewaarborgd wordt en risico's op dataveiligheid structureel worden beheerst.

Indien u niet beschikt over het gevraagde certificaat maar een gelijkwaardig alternatief hanteert, dient u bij inschrijving een beschrijving toe te voegen van het gehanteerde systeem, waaruit minimaal de gelijkwaardigheid volgt. Het systeem dient dusdanig objectief en uitvoerig omschreven te zijn dat wij kunnen toetsen of het systeem minimaal gelijkwaardig is aan het gevraagde.

#### Verificatie gegevens Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA)

Bij de bekendmaking van de gunningsbeslissing vragen we de bewijsstukken op ter controle van de gegevens in het UEA van de inschrijver aan wie wij de opdracht gunnen (o.a. uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen). Indien hier aanleiding voor is controleren we soms de gegevens al voordat we de gunningsbeslissing bekend maken.

#### De inschrijver levert binnen 5 werkdagen de volgende bewijsstukken aan:

- Gewaarmerkt Uittreksel uit het register van de Kamer van Koophandel (inclusief volmacht indien van toepassing). Deze mag op het moment van de inschrijving niet ouder zijn dan 6 maanden.
- Gedragsverklaring aanbesteden. Let op: vraag deze op tijd aan, in verband met de verwerkingstermijn. De Gedragsverklaring aanbesteden mag niet ouder zijn dan twee jaar teruggerekend vanaf de sluitingstermijn van de inschrijving. Meer informatie is verkrijgbaar via de website van de Dienst Justis.
- Verklaring van de belastingdienst dat de inschrijver zijn verplichte belastingen en sociale zekerheidspremies heeft betaald. Deze verklaring mag op het moment van inschrijven niet ouder zijn dan 6 maanden. Meer informatie is verkrijgbaar via [deze](#) website van de Belastingdienst.
- Een controleverklaring met goedkeurende strekking van een accountant betreffende de jaarrekening over het boekjaar 2024. Deze controleverklaring bevat geen toelichtende continuïteitsparagraaf als bedoeld in de beroepsregels van accountants, waaruit blijkt van ernstige onzekerheid omtrent de continuïteit van de onderneming. Deze eis is gesteld ter beoordeling van de financiële stabiliteit van de inschrijver. Het overleggen van jaarrekeningen of jaarverlagen is niet vereist.
- Een recent (niet ouder dan 12 maanden) bewijs van verzekering, bijvoorbeeld een kopie of certificaat van de polis, waaruit blijkt dat de inschrijver gedurende de uitvoering van de opdracht is verzekerd tegen wettelijke aansprakelijkheid en tegen beroeps- en bedrijfsaansprakelijkheid, voor een bedrag van minimaal € 500.000 per schadeveroorzakende gebeurtenis en minimaal € 1.500.000 per jaar.
- ISO 9001, ISO 14001 en ISO 27001 of vergelijkbaar.

Gaat het om een combinatie die de opdracht gegund krijgt? Dan moet elk lid van de combinatie deze bewijsstukken aanleveren. Gaat het om een derde waarop een beroep wordt gedaan om te voldoen aan de gestelde geschiktheidseisen? Dan moet elke derde deze bewijsstukken aanleveren.

De aan te leveren bewijsstukken verzendt u via de berichtenmodule in TenderNed.

#### Kloppen gegevens niet of levert u die te laat in?

Wij kunnen u dan eenmalig de mogelijkheid geven dit te herstellen binnen een periode van 3 werkdagen. Lukt dit niet (tijdig), dan kunnen wij besluiten uw inschrijving alsnog ongeldig te verklaren en u uit te sluiten van verdere deelname aan de aanbesteding. De gunningsbeslissing trekken wij dan in. Wij mogen dan beslissen om de opdracht alsnog aan een andere inschrijver te gunnen.

## Bijlagen

---

De volgende bijlagen zijn als separate documenten te downloaden via TenderNed.nl

Bijlage A: Uniform Europees Aanbestedingsdocument (In TenderNed)

Bijlage B: Referentieformulier

Bijlage C: Prijsopgaveformulier

Bijlage D: Algemene Inkoopvoorwaarden FSR versie 5.0

Bijlage E: Conceptovereenkomst

Bijlage F: Locatielijst Landstede Groep

Bijlage G: Merkenoverzicht Landstede Groep

Bijlage H: Facturatievoorwaarden

Bijlage 1: Onze aanbestedingsvoorwaarden versie 1.5