

Algemene informatie

Aanbesteding: Marketingcommunicatie diensten
Aanbestedende Dienst: Veiligheidsregio Amsterdam-Amstelland
Referentie: 2025VrAA_Marcom

Toelichting:

Vraag en antwoord

Ref.nr. 1 **Onderwerp:** Beschrijvend Document | Geraamde omvang

Vraag:
Is het mogelijk om aan te geven wat de geraamde omvang precies omvat? Is dat bureaunkosten? Media/advertentiebudget? Of zowel bureaunkosten als media/advertentiebudget?

Antwoord:
Alles, zowel bureaunkosten als media/advertentiebudget. Zie bijlage 12 Prijzenblad als verduidelijking van de kostenverdeling en inhoud.

Fase:
Inschrijffase

Inschrijfronde:
Inschrijfronde 1

Vragenronde:
Vragenronde 1

Percelen: P1 Perceel 1

Beantwoord op: 24 nov 2025

Ref.nr. 2 **Onderwerp:** Beschrijvend document | Scope van de opdracht

Vraag:
Wat verstaat de aanbestedende dienst precies onder strategisch communicatie advies? Betreft het hier strategisch advies over communicatie in de middelen die binnen de scope vallen?

Antwoord:

De aanbestedende dienst verstaat onder strategisch communicatieadvies het adviseren over hoe en waar wij onze beoogde doelgroepen het beste kunnen bereiken en met welke content en middelen dit het meest effectief is. Dit omvat onder andere:

- Welke kanalen en platformen het meest geschikt zijn (online en offline).
- Welke contentvormen het beste aansluiten (bijv. video, beeld, tekst).
- Welke tone of voice, stijl en boodschap effectief zijn voor de doelgroep.
- Welke ambassadeurs of influencers kunnen bijdragen aan het vergroten van bereik en impact.
- Hoe bestaande content (gemaakt door ons of voor ons) optimaal kan worden ingezet op mediakanalen.
- Advies over timing, mediaplanning en integratie van middelen binnen de campagne.

Het gaat dus niet alleen om het bedenken van middelen, maar om een strategische benadering van communicatie die aansluit bij onze doelstellingen en doelgroepen.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Perceel 1

Beantwoord op:

24 nov 2025

Ref.nr.

3

Onderwerp:

Beschrijvend document

Vraag:

1. Welke specifieke taken en verantwoordelijkheden vallen er onder de post 'Pers- en mediacontacten/ persmanagement' die van de Opdrachtnemer worden verwacht?
2. Hoe verhouden deze taken zich tot de PR-taken (zoals woordvoering en persvragen) die de VrAA zelf uitvoert? Wordt hier een proactieve, uitvoerende rol van de Opdrachtnemer verwacht, of een louter ondersteunende rol op afroep?

Antwoord:

1. Media en pers benaderen om een groter bereik te genereren voor de campagne. Wij hebben ons eigen netwerk met lokaal nieuwsoutlets en brandweernetwerk, maar we willen juist buiten ons eigen netwerk treden.

Denk aan een persbericht naar sturen relevante media (waar de doelgroep zit). 2. Woordvoering en persvragen in algemene zin doen wij zelf. Als er bijvoorbeeld interview-aanvragen door de campagne binnenkomen dan regelen wij dit zelf en ook corporate woordvoering ligt bij ons. Een ondersteunende rol is hier alleen gewenst uitsluitend voor de betreffende campagne die onderdeel zijn van deze opdracht.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Perceel 1

Beantwoord op:

24 nov 2025

Ref.nr.

4

Onderwerp:

Gunningscriterium 3: Casusopdracht – Marketingcampagne Diversiteit

Vraag:

Is er een brandportal of -kit om mee te werken? Zoals logo's, lettertypes (Adobe fonts), iconen, figuratieve elementen?

Antwoord:

Ja, zie eis 24: Opdrachtnemer conformeert zich, tenzij op verzoek van de VrAA anders is overeengekomen, aan het huisstijlhandboek van de VrAA en de BAA. Het huidige huisstijlhandboek van de VrAA is aan de aanbestedingsdocumentatie toegevoegd als bijlage 13. Voor de huisstijl van de BAA volgen wij de richtlijnen van Brandweer Nederland. Deze is te vinden op: [Brandweershuisstijl - BrandweerNederland.nl](https://brandweernederland.nl)

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Perceel 1

Beantwoord op: 24 nov 2025

Ref.nr.

5

Onderwerp:

Gunningscriterium 3: Casusopdracht – Marketingcampagne Diversiteit

Vraag:

Mag de inzending liggend zijn? Of moet het een staand A4 zijn?

Antwoord:

Ja, liggend mag ook.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Perceel 1

Beantwoord op:

24 nov 2025

Ref.nr.

6

Onderwerp:

Gunningscriterium 3: Casusopdracht – Marketingcampagne Diversiteit

Vraag:

Uitgangspunt/toon: Worden er nu mensen van het brandweercorps zelf ingezet?

Antwoord:

Ja, wij gebruiken altijd onze eigen mensen in onze uitingen. Nooit modellen.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Perceel 1

Beantwoord op: 24 nov 2025

Ref.nr.
7

Onderwerp:
Gunningscriterium 3: Casusopdracht – Marketingcampagne Diversiteit

Vraag:
In hoeverre speelt digitoegankelijkheid een rol? Aangezien niet alle kleuren uit de huisstijl dat zijn.

Antwoord:
Een grote rol. We zijn verplicht hieraan te voldoen. Dus als onze huisstijl hier niet aan voldoet, ontvangen wij daar graag feedback over.

Fase:
Inschrijffase

Inschrijfronde:
Inschrijfronde 1

Vragenronde:
Vragenronde 1

Percelen: P1 Perceel 1

Beantwoord op: 24 nov 2025

Ref.nr.
8

Onderwerp:
Beschrijvend document: 2.4 Voorwerp van de Opdracht (scope)

Vraag:
Wat wordt er verstaan en verwacht onder ‘Webontwikkeling en digitale communicatie’?

Antwoord:
Het gaat om alle werkzaamheden die nodig zijn om digitale kanalen en online communicatie effectief in te zetten.
Dit omvat:
1. Webontwikkeling, zoals ontwikkeling van een campagnepagina (tekst en beeld aanleveren, redirect link voor campagne). Ter volledigheid, er is al een Vraa en BAA webpagina beschikbaar.
2. Digitale communicatie, zoals ontwikkeling van digitale strategieën en content voor online kanalen, Social media advertentie-inzet (Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube), SEO/SEA optimalisatie en online

vindbaarheid, monitoring van online prestaties en rapportage (KPI's zoals bereik, engagement, conversie).

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Perceel 1

Beantwoord op: 24 nov 2025

Ref.nr.

9

Onderwerp:

Gunningscriterium 3: Casusopdracht – Marketingcampagne Diversiteit

Vraag:

Mogen we creatieve vrijheid opzoeken (binnen de huisstijl) voor een campagnestijl - los van de sjablonen in het meegestuurde huisstijlhandboek?

Antwoord:

Ja, graag zelfs!

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Perceel 1

Beantwoord op: 24 nov 2025

Ref.nr.

10

Onderwerp:

Gunningscriterium 3: Casusopdracht – Marketingcampagne Diversiteit

Vraag:

Wat wordt verstaan onder multiculturele achtergrond? Welke culturen,

landen of migratie-achtergronden worden bedoeld?

Antwoord:

Onder een multiculturele achtergrond verstaan wij alle achtergronden die bijdragen aan de diversiteit van onze samenleving. Wij streven ernaar om als organisatie een afspiegeling van de samenleving en in het bijzonder van de regio Amsterdam-Amstelland te zijn. Dit betekent dat wij geen specifieke landen of culturen uitsluiten of benoemen, maar juist openstaan voor kandidaten met uiteenlopende migratieachtergronden, culturele identiteiten en levensbeschouwingen die in onze regio aanwezig zijn. Diversiteit gaat voor ons om inclusie, gelijke kansen en het benutten van verschillende perspectieven.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Perceel 1

Beantwoord op:

24 nov 2025