

Algemene informatie

Aanbesteding: Campagne- en mediadienstverlening t.b.v. A&O fonds Gemeenten
Aanbestedende Dienst: Stichting Arbeidsmarkt en Opleidingsfonds Gemeenten
Referentie: -

Toelichting:

Dit document betreft de definitieve Nota van Inlichtingen inzake de aanmeldfase van deze aanbesteding. De antwoorden op de laatste twee vragen uit dit document zijn nieuw (niet eerder gepubliceerd).

Er is geen gelegenheid meer tot het stellen van (vervolg)vragen. De aanmelddeadline is gesteld op 27 januari om 12.00 uur.

Vraag en antwoord

Ref.nr. **Onderwerp:**
1 N.a.v. bijlage 3:

Vraag:

Is het de bedoeling om dikgedrukt te maken het aantal punten wat van toepassing is op de ingediende referentie?

Antwoord:

Het juiste antwoord kan dikgedrukt worden gemaakt, dan wel het onjuiste antwoord kan worden doorgehaald / verwijderd. Wij zullen zelf, ongeacht wat inschrijver invult, ook toetsen in hoeverre de punten al dan niet toegekend kunnen worden op grond van de ingediende referentie.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr. **Onderwerp:**
2 N.a.v. bijlage 2:

Vraag:

U raadt aan om een uitgebreide toelichting bij te voegen. Betekent dit dat u een bijlage verwacht bij bijlage 2, die uitleg geeft over de uitgevoerde opdracht?

Antwoord:

"Uit de omschrijving van de referentieopdracht dient nadrukkelijk te blijken:

1. dat wordt voldaan aan de gestelde kerncompetentie(s) waarvoor de referentie wordt ingediend;
2. dat wordt voldaan aan de omschrijving van het selectie criterium / de selectiecriteria waarvoor de referentie wordt ingediend.

Inschrijver kan al deze informatie opnemen in bijlage 2, of door in bijlage 2 te verwijzen naar een aanvullende bijlage en deze eveneens in te dienen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

3

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 5.1:

Vraag:

U geeft aan dat er geen onderlinge samenhang is tussen de twee percelen. Betekent dit dat partijen tijdens de uitvoering van de opdracht niet met elkaar samen hoeven te werken?

Antwoord:

Met "geen onderlinge samenhang tussen de percelen" wordt bedoeld dat beide percelen separaat worden beoordeeld en gegund. Voor beide percelen komt een eigen overeenkomst tot stand, waarbij de overeenkomsten ook qua wijzigingen / opzegging e.d. niet met elkaar verbonden zijn. De zinsnede betekent niet dat de contractanten onder beide percelen niet met elkaar moeten samenwerken. Dit is wel degelijk het geval. Zie in deze ook de

selectiecriteria bij geschiktheidseis 2.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

4

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 2, selectie criterium 1:

Vraag:

Kunt aangeven wat uw definitie is van een landelijke campagne?

Antwoord:

Onder een landelijke campagne verstaan wij een campagne die is gericht op het bereiken van de doelgroep (gemeenten en SGO ambtenaren) in heel Nederland, ongeacht regio of locatie. De campagne is niet regionaal of lokaal uitgesplitst, maar heeft een nationale reikwijdte in strategie, boodschap en inzet van middelen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

5

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 2, selectie criterium 1:

Vraag:

Worden ook punten toegekend als de doelgroep bestaat uit potentiële ambtenaren, oftewel dat de campagne is gericht op ‘werken bij de overheid’?

Antwoord:

Nee. De campagne "Jij bent nodig" richt zich primair op huidige gemeenteambtenaren als doelgroep. In de beoordeling worden daarom punten toegekend aan voorstellen die aantoonbaar aansluiten bij deze doelgroep en bijdragen aan de doelstellingen van de campagne. Daarmee wordt er ook gesproken over ambtenaren en/of medewerkers in het publieke domein. Toekomstige medewerkers vallen hier niet onder.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P2 Mediadienstverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

6

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 2, kerncompetentie 2:

Vraag:

Heeft het budget zowel betrekking op de bureaunkosten als de media-inkoopkosten?

Antwoord:

"Wij gaan ervanuit dat uw vraag betrekking heeft op de volgende passage uit kerncompetentie 2: Daarnaast dient de campagne een jaarbudget van minimaal EUR 50.000 te hebben gekend.

Het betreft hier de media-inkoopkosten.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P2 Mediadienstverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

7

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, selectie criterium 2:

Vraag:

De punten worden toebedeeld op basis van de inzet van verschillende middelen. In uw toelichting schrijft u ook de inzet van verschillende materialen. Is dat ook onderdeel van de punten die verdiend kunnen worden?

Antwoord:

De uitgebreide omschrijving in de Selectie leidraad is leidend: het gaat derhalve om verschillende middelen en/of materialen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

8

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, selectie criterium 2:

Vraag:

Wat maakt de genoemde voorbeelden wat u betreft dat ze lastig te bereiken zijn?

Antwoord:

De genoemde voorbeelden worden als lastig te bereiken beschouwd omdat zij zich kenmerken door een combinatie van factoren die maken dat zij met generieke communicatiemiddelen en standaard mediakanalen minder goed te bereiken zijn. Het gaat hierbij o.a. om weinig voorspelbaar mediagedrag, fragmentatie binnen doelgroep, beperkte affiniteit met (expliciete)

campagnes.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

9

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, selectie criterium 1:

Vraag:

Definieert u het (semi)publieke domein in medewerkers van een aanbestedende dienst (zoals overheid, publieke instelling, speciaal sectorbedrijf)?

Antwoord:

"In het kader van deze aanbesteding wordt met het (semi)publieke domein bedoeld: organisaties met een publieke of maatschappelijke taak, waaronder in ieder geval aanbestedende diensten zoals overheden en publieke instellingen.

Bij de beoordeling van referenties kan daarbij gedacht worden aan ervaring opgedaan bij of voor organisaties zoals:
gemeenten en andere overheden
uitvoeringsorganisaties of ZBO's
publieke of semipublieke instellingen met een maatschappelijke opdracht

Het (semi)publieke domein wordt in deze aanbesteding dus ruimer gehanteerd als ervaringskader dan uitsluitend gemeenten. Tegelijk geldt dat referenties inhoudelijk vergelijkbaar moeten zijn met de context van deze opdracht: campagnes gericht op medewerkers in een publieke of maatschappelijke werkomgeving, met oog voor bestuurlijke sensitiviteit, publieke waarden en maatschappelijke context.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

10

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, selectie criterium 1:

Vraag:

Kunt u meer voorbeelden geven van overkoepelende organisaties, denkt u hier bijvoorbeeld aan brancheverenigingen?

Antwoord:

Met een overkoepelende organisatie wordt in deze aanbesteding bedoeld: een organisatie die op landelijk of sector-breed niveau opereert en die een brede groep aangesloten organisaties, professionals of medewerkers vertegenwoordigt, ondersteunt of bedient, vergelijkbaar met de rol van A&O fonds Gemeenten.

Voorbeelden van overkoepelende organisaties zijn onder andere:
branche- en beroepsverenigingen;
sectorale fondsen of kennis- en ontwikkelorganisaties;
koepelorganisaties of samenwerkingsverbanden van publieke of semipublieke organisaties;
landelijke uitvoerings- of ondersteuningsorganisaties;
grote NGO's, mits zij functioneren als overkoepelende organisatie en de opdracht inhoudelijk vergelijkbaar is.

Bij NGO's geldt daarbij dat de referentie passend is wanneer:
de NGO een landelijke of sector-brede achterban heeft;
de campagne of strategie was gericht op medewerkers, professionals of aangesloten organisaties, en niet primair op fondsenwerving of publiekscampagnes;
sprake was van een maatschappelijke of publieke context, met aandacht voor bestuurlijke sensitiviteit en meerdere stakeholders;
en de opdracht zag op bewustwording, activatie of gedragsverandering.

Referenties die hoofdzakelijk zijn gericht op fondsenwerving, consumentenmarketing of commerciële merkpositionering worden niet als passend beschouwd binnen deze aanbesteding"

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.

11

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, kerncompetentie 2:

Vraag:

Is het jaarbudget in- of exclusief de executie van de campagne?

Antwoord:

Het genoemde jaarbudget in de kerncompetentie heeft betrekking op het minimale campagnebudget voor het betreffende jaar, inclusief de executie /uitvoering van de campagne. Daaronder wordt in ieder geval verstaan: de kosten voor strategie, conceptontwikkeling, uitwerking en realisatie van campagnemiddelen en de uitvoering van de campagne zoals die in de referentie is vormgegeven.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.

12

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, kerncompetentie 2:

Vraag:

Wat verstaat u onder een landelijke campagne?

Antwoord:

Zie het antwoord op vraag 5.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

13

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, kerncompetentie 1:

Vraag:

Zijn “juristen” bijvoorbeeld een “specifieke doelgroep” in het (semi) publieke dan wel maatschappelijke domein?

Antwoord:

Ja. Een doelgroep zoals juristen kan worden aangemerkt als een specifieke doelgroep binnen het (semi)publieke of maatschappelijke domein, mits deze juristen werkzaam zijn binnen publieke of maatschappelijke organisaties en de campagne zich richtte op hen in hun professionele rol en context.

Van belang is daarbij dat:

de doelgroep duidelijk is afgebakend (bijvoorbeeld juristen binnen overheden, uitvoeringsorganisaties of publieke instellingen);

de campagne was gericht op bewustwording, activatie of gedragsverandering bij deze doelgroep;

en sprake was van een vergelijkbare maatschappelijke en bestuurlijke context als bedoeld in deze aanbesteding.

Een beroepsgroep als zodanig (bijvoorbeeld juristen in algemene zin) kwalificeert dus niet automatisch; de publieke of maatschappelijke context waarin zij werkzaam zijn is hierbij doorslaggevend.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.

14

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 4.3, perceel 1, kerncompetentie 1:

Vraag:

Kunt u voorbeelden geven van “specifieke doelgroepen”?

Antwoord:

In lijn met het antwoord op de voorgaande vraag: het gaat om een afgebakende groep binnen het (semi)publieke of maatschappelijke domein. Op basis van de eerdere antwoorden kunnen tal van voorbeelden worden afgeleid.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.

15

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 2.3:

Vraag:

Kunt u aangeven of de geraamde waarde in- of exclusief media-inkoopkosten is?

Antwoord:

"De geraamde waarde is per perceel vastgesteld en dient ook per perceel te worden geïnterpreteerd. Perceel 1 – Campagnediensverlening
De geraamde waarde voor perceel 1 is exclusief media-inkoopkosten. Dit perceel ziet uitsluitend op de werkzaamheden rondom strategie, conceptontwikkeling, creatie, productie en campagne-uitvoering zoals beschreven in de selectieleidraad. Media-inkoop valt nadrukkelijk buiten de scope van dit perceel.

Perceel 2 – Mediaplanning & media-inkoop
De geraamde waarde voor perceel 2 heeft betrekking op de mediadiensverlening, waaronder advisering, planning, optimalisatie én de media-inkoopkosten zoals beschreven in de scope van perceel 2."

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

16

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 2.3:

Vraag:

Hoe verhoudt de herzieningsclausule algemeen I zich ten opzichte van de maximale waarde van de raamovereenkomst en het van rechtswege vervallen van de raamovereenkomst(en)?

Antwoord:

In geval de maximale waarde van de raamovereenkomst voortijdig is bereikt, komt deze van rechtswege te vervallen. Er kan dan geen beroep meer worden gedaan op een eventuele optie tot verlenging, noch op de algemene herzieningsclausule. In geval de maximale waarde nog niet is bereikt bij initiële looptijd, kan er indien nodig een beroep worden gedaan op de herzieningsclausule om zo de looptijd te verlengen. Het restant van de maximale waarde blijft dan beschikbaar gedurende deze verlenging. Indien de maximale waarde voor het einde van de verlenging wordt bereikt, komt de overeenkomst te vervallen. Wij behouden ons te allen tijde het recht voor om met een rechtmatig beroep op de artikelen 2.163a t/m g Aw2012 - indien

mogelijk - de maximale waarde op te hogen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

17

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 2.1:

Vraag:

In de opsomming onder “beoogd resultaat overkoepeld” staat onder de tweede bullet “persoonlijk ontwikkelplan doorgehaald. Is dit een bewuste keuze of had deze tekst verwijderd moeten worden?

Antwoord:

Deze tekst is per abuis blijven staan, en had dus verwijderd moeten worden.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

18

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 2.1:

Vraag:

Kunt u toelichten hoe een gemeenteambtenaar gebruik kan maken van het A&O fonds?

Antwoord:

Gemeenteambtenaren kunnen op verschillende manieren gebruikmaken van het aanbod van A&O fonds Gemeenten. Het A&O fonds ondersteunt gemeenten en gemeenteambtenaren bij hun ontwikkeling, vitaliteit en wendbaarheid, zowel op individueel als op organisatieniveau.

Concreet kunnen gemeenteambtenaren onder andere:

gebruikmaken van kennis, tools en instrumenten die A&O fonds Gemeenten ontwikkelt en beschikbaar stelt via onder meer aeno.nl;

deelnemen aan campagnes, programma's, events en leeractiviteiten die gericht zijn op bewustwording, ontwikkeling en werkgeluk;

via hun organisatie of leidinggevende deelnemen aan ontwikkeltrajecten of interventies die door A&O fonds Gemeenten worden gefaciliteerd;

geïnspireerd worden om het gesprek over ontwikkeling, werkdruk en inzetbaarheid aan te gaan binnen hun team of organisatie.

A&O fonds Gemeenten werkt daarbij niet rechtstreeks individueel begeleidend, maar faciliteert, agendeert en ondersteunt gemeenten en medewerkers door het bieden van richting, inspiratie en praktische handvatten.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

19

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 2.1:

Vraag:

Kunt u aangeven hoe u de primaire doelgroep op dit moment bereikt?

Antwoord:

Ja, via eigen kanalen zoals de website van het A&O fonds, nieuwsbrieven, social media, communities en netwerken. Ook via indirecte kanalen zoals communicatie richting communicatieadviseurs bij gemeenten, vakmedia, events en bijeenkomsten (zowel fysiek als online), aanvullend paid media waaronder programmatic online inzet en incidenteel DOOH.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

20

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 2.1:

Vraag:

U geeft aan dat de primaire doelgroep bestaat uit alle gemeenteambtenaren in het land tot en met schaal 11. Hoe bekend is het A&O fonds bij deze doelgroep?

Antwoord:

Uit imago-onderzoek blijkt dat dit circa 5% is als het gaat om inhoudelijke bekendheid van onze naam. Het is voor ons echter belangrijker dat de gedragsverandering plaatsvindt dan dat ze ons als merk onthouden.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.
21

Onderwerp:
Randvoorwaarden referentie

Vraag:

Bent u bereid een referentie te accepteren waarbij het hoofdproject (campagne) +- 3,5 jaar geleden is afgerond? In de periode na het hoofdproject zijn nog wel aanvullende, losse projecten voor dezelfde opdrachtgever uitgevoerd.

Antwoord:

Wij zijn bereid de terugkijktermijn te verruimen naar "niet langer dan 42 maanden (3.5 jaar) geleden afgerond".

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.
22

Onderwerp:
Puntentoekenning doelgroep

Vraag:

Bent u bereid om de doelgroep 'ambtenaren, medewerkers in het publieke domein' uit te breiden, waarbij medewerkers van CNV & FNV (vakbond, non-profit vereniging ook geaccepteerd worden?

Antwoord:

Dit is akkoord.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.

23

Onderwerp:

Puntentoekenning overkoepelende organisatie

Vraag:

Bent uw bereid om een structureel overstijgende samenwerking tussen CNV en FNV te accepteren als overkoepelende organisatie?

Antwoord:

Dit is akkoord.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 30 dec 2025

Ref.nr.

24

Onderwerp:

Referenties A&O fonds Gemeenten

Vraag:

In de selectieleidraad is opgenomen dat A&O fonds Gemeenten als referent mag worden opgevoerd, mits sprake is van aantoonbare tevredenheid. Kunt u toelichten op welke wijze deze aantoonbare tevredenheid in de selectiefase moet blijken? Is een expliciete beschrijving en bevestiging in het referentieformulier (Bijlage 2) hiervoor voldoende, of verwacht u hiervoor een aanvullende

verklaring of separate bevestiging?

Antwoord:

Ten aanzien van iedere referentie geldt dat de betreffende opdracht naar tevredenheid van de opdrachtgever moet zijn uitgevoerd. Onder "naar tevredenheid" verstaan wij: i) conform opdrachtomschrijving / Programma van Eisen, ii) binnen overeengekomen budget, iii) binnen overeengekomen planning. Wij behouden ons het recht voor om dit te toetsen bij de opgegeven referent. Indien A&O fonds Gemeenten zelf als referent wordt opgegeven, zult u zich er dus van moeten vergewissen (bijvoorbeeld door navraag te doen bij de betreffende contactpersoon) dat aan de tevredenheidsrandvoorwaarden is voldaan. U hoeft hier geen separate verklaring o.i.d. van bij te voegen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

25

Onderwerp:

Overlap kerncompetenties & selectiecriteria

Vraag:

Indien één referentie aantoonbaar meerdere kerncompetenties en bijbehorende selectiecriteria dekt, kan de aanbestedende dienst bevestigen dat deze volledig mag meetellen voor alle betreffende criteria?

Antwoord:

Dit kunnen wij bevestigen. U dient dan bij het betreffende referentieproject duidelijk aan te geven welke kerncompetenties en selectiecriteria hiermee worden afgedekt. Let op: u dient wel te allen tijde de verklaringen per perceel in te dienen, indien een opdracht ook op het niveau van de percelen overlappend is.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

26

Onderwerp:

Nadere duiding begrip “overkoepelende organisatie”

Vraag:

Bij de selectiecriteria behorend bij kerncompetentie 1 (perceel 1) wordt gevraagd of de opdrachtgever een “overkoepelende organisatie” is. Kunt u toelichten hoe dit begrip in de context van de selectiefase wordt geïnterpreteerd?

Worden hieronder ook verstaan:

- sectorale fondsen,
- koepelorganisaties,
- landelijke samenwerkingsverbanden,
- programma- of netwerkorganisaties binnen het (semi)publieke of maatschappelijke domein,

mits deze gericht zijn op een brede groep stakeholders of einddoelgroepen?

Antwoord:

In de context van de selectiefase wordt met een overkoepelende organisatie bedoeld een organisatie die niet primair opereert voor één individuele uitvoeringsorganisatie maar die op landelijk of sector-breed niveau actief is en een brede groep stakeholders aangesloten organisaties of einddoelgroepen bedient.

Onder dit begrip vallen in deze aanbesteding inderdaad ook

sectorale fondsen

koepelorganisaties

landelijke samenwerkingsverbanden

programma- of netwerkorganisaties binnen het (semi)publieke of maatschappelijke domein

mits deze organisaties een overkoepelende rol vervullen ten opzichte van meerdere organisaties professionals of medewerkers via hun activiteiten of campagnes een diverse en brede achterban bereiken en opereren in een publieke of maatschappelijke context die inhoudelijk vergelijkbaar is met de rol van A&O fonds Gemeenten

Bij de beoordeling in de selectiefase wordt gekeken naar de feitelijke rol en positie van de opdrachtgever in de referentie en niet uitsluitend naar de juridische vorm of benaming van de organisatie.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

27

Onderwerp:

Gedragsverandering en meetbaarheid

Vraag:

Voor selectiecriteria waarin gedragsverandering en activatie centraal staan: Kunt u bevestigen dat kwalitatieve en kwantitatieve indicatoren beide als aantoonbaar worden beschouwd, mits logisch onderbouwd in de referentie?

Antwoord:

Zowel kwalitatieve als kwantitatieve indicatoren worden als aantoonbaar beschouwd bij selectiecriteria waarin gedragsverandering en activatie centraal staan, mits deze logisch en overtuigend zijn onderbouwd in de referentie.

Onder aantoonbaarheid verstaan wij dat in de referentie duidelijk wordt gemaakt

welke doelstelling werd nagestreefd

welke indicatoren zijn gebruikt om effect of resultaat te duiden

en op welke wijze deze indicatoren inzicht geven in bewustwording activatie of gedragsverandering

Dit kan bijvoorbeeld blijken uit kwantitatieve gegevens zoals bereik interactie deelname of conversie kwalitatieve inzichten zoals evaluaties feedback observaties of leerpunten of een combinatie van beide

Doorslaggevend is dat de gekozen indicatoren passend zijn bij de doelstelling en doelgroep van de campagne en dat zij op een navolgbare manier zijn ingezet om effecten te duiden.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

30 dec 2025

Ref.nr.

28

Onderwerp:

Pag 29, kerncompetentie 1

Vraag:

U schrijft het volgende: “Aanmelder heeft ervaring met het vormgeven van een campagnestrategie, bestemd voor een informerende en tevens activerende campagne, voor een specifieke doelgroep, in het (semi)publieke dan wel maatschappelijke domein.”

1. Betreft het een campagnestrategie voor een opdrachtgever in het (semi)publieke dan wel maatschappelijke domein? Zo nee,
2. Gaat het u om een campagnestrategie gericht op een specifieke doelgroep in het (semi)publieke dan wel maatschappelijke domein?

Antwoord:

Het is niet vereist dat de campagnestrategie uitsluitend is ontwikkeld voor een opdrachtgever die zelf behoort tot het (semi)publieke dan wel maatschappelijke domein.

Doorslaggevend voor de geschiktheid (kerncompetentie) is dat de aanmelder aantoonbare ervaring heeft met het ontwikkelen van een informerende en activerende campagnestrategie gericht op een specifieke doelgroep binnen het (semi)publieke of maatschappelijke domein.

Daarbij merken wij op dat ervaring met het samenwerken met opdrachtgevers binnen dit domein wel relevant kan zijn in de volgende fase van deze aanbesteding (inschrijffase), in het bijzonder bij het uitwerken van de gunningscriteria. Aangezien een publieke opdrachtgever andere eisen stelt aan de samenwerking, besluitvorming en contextgevoeligheid, dan een opdrachtgever in een louter commerciële setting. U kunt deze ervaring en voorbeelden dus zeker gebruiken in de uitwerkingen aldaar.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

29

Onderwerp:

Pag 30, selectiecriteria bij kerncompetentie 1

Vraag:

U schrijft: "De strategie hoort bij een campagne met als doelgroep "medewerkers dan wel ambtenaren in het (semi)publieke domein", en meer bijzonder "gemeenteambtenaren".

- U noemt hier de doelgroep 'gemeenteambtenaren. In de tabel met de de puntentelling van het criterium noemt u deze doelgroep niet. Kunt u bevestigen dat de te bereiken doelgroep in de referentie niet uitsluitend gemeenteambtenaren betreft?

Antwoord:

Per abuis is ""gemeenteambtenaren"" hier blijven staan, na een laatste wijziging van de stukken. Gelet op uw opmerking hebben we de stukken nog eens kritisch doorgenomen, en wensen de volgende aanpassing door te voeren. Deze aanpassing geldt zowel voor:

- selectiecriteria bij kerncompetentie 1, perceel 1, en dan het 2e selectie criterium
- selectiecriteria bij kerncompetentie 1, perceel 2, en dan het 1e selectie criterium.

De puntentoekenning geschiedt als volgt:

- de doelgroep bestaat uit medewerkers dan wel ambtenaren uit het (semi)

publieke domein: 5 punten;
- de doelgroep bestaat uit gemeenteambtenaren: 10 punten.

In dit kader zijn de scoreformulieren ook aangepast (V2). Deze zijn geüpload onder de map ""Nota van Inlichtingen"" in TenderNed. Eerdere versies komen te vervallen. U dient deze V2 documenten dan ook te gebruiken bij uw aanmelding.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.
30

Onderwerp:

Pag 31, Selectiecriteria bij kerncompetentie 2

Vraag:

U wenst een referentie die gedragsverandering bij een lastiger te bereiken doelgroep c.q. een doelgroep bij wie het aantoonbaar lastiger is om door te dringen.

1. Onze doelgroep is lastig te bereiken, maar valt buiten het gegeven voorbeeld. Op welke wijze moeten we aannemelijk maken dat onze doelgroep lastig te bereiken is?
2. Kunt u aangeven wat u hier verstaat onder ‘aantoonbaar’, welke vorm van onderbouwing doelt u op?

Antwoord:

1. Indien de doelgroep buiten het in de vraagspecificatie genoemde voorbeeld valt, kan de aanmelder op eigen wijze toelichten waarom deze doelgroep als lastig te bereiken kan worden beschouwd.

Van belang is dat de aanmelder dit onderbouwt met een heldere beschrijving van de context en kenmerken van de doelgroep, zoals bijvoorbeeld beperkte bereikbaarheid, lage betrokkenheid, versnippering, werkdruk, weerstand tegen verandering of eerdere beperkte effectiviteit van communicatie.

2. Met ‘aantoonbaar’ bedoelen wij dat de aanmelder op navolgbare en concrete wijze onderbouwt dat sprake was van een lastig te bereiken doelgroep en dat de ingezette campagnestrategie hierop is aangepast.

Deze onderbouwing kan bijvoorbeeld bestaan uit:

- een korte analyse van de uitgangssituatie;
- onderbouwde keuzes in strategie, middelen of tone of voice;
- resultaten, inzichten of leerpunten (kwalitatief en/of kwantitatief);
- reflectie op wat wel en niet werkte in het bereiken en activeren van de doelgroep.

Het gaat hierbij nadrukkelijk niet uitsluitend om meetbare effecten, maar om een plausibele en inhoudelijk onderbouwde samenhang tussen doelgroep, aanpak en effect.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

31

Onderwerp:

Pag 32, Selectie criterium bij kerncompetentie 3

Vraag:

- Kunt u bevestigen dat onder “doelgroepen in het (semi)publieke of maatschappelijke domein” ook worden verstaan: burgers, cliënten, professionals of samenwerkingspartners die worden bereikt in het kader van publieke of maatschappelijke opgaven (zoals zorg, onderwijs, mobiliteit, duurzaamheid of participatie),
- Kunt u bevestigen dat referenties voor communicatieopdrachten uitgevoerd voor (semi)publieke organisaties, uitvoeringsorganisaties of maatschappelijke instellingen hiervoor als passend worden beschouwd?

Antwoord:

Onder “doelgroepen in het (semi)publieke of maatschappelijke domein” verstaan wij doelgroepen zoals professionals, cliënten en/of samenwerkingspartners, voor zover zij worden bereikt in het kader van

publieke of maatschappelijke opgaven (zoals zorg, onderwijs, mobiliteit, duurzaamheid of participatie).

Referenties voor communicatieopdrachten uitgevoerd voor (semi)publieke organisaties, uitvoeringsorganisaties of maatschappelijke instellingen worden als passend beschouwd, mits deze inhoudelijk aansluiten bij de gevraagde ervaring, waaronder het ontwikkelen van een informerende en activerende campagnestrategie voor een specifieke doelgroep.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.
32

Onderwerp:

Bijlage 2

Vraag:

Zit er een begrenzing aan de hoeveelheid tekst voor de kerncompetenties (referentieopdrachten)?

Antwoord:

Er is geen sprake van een begrenzing. De toelichting dient echter wel SMART te zijn geschreven, waarmee wordt bedoeld dat duidelijk en eenduidig uiteen wordt gezet waarom de referentieopdracht voldoet aan alle gestelde (vorm)vereisten en kerncompetentie(s) + selectiecriteria waarvoor deze wordt ingediend.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op: 5 jan 2026

Ref.nr.
33

Onderwerp:
Leidraad, paragraaf 4.5, pagina 37

Vraag:

Nadat Aanmelders uw voornemen tot selectie voor de inschrijffase hebben ontvangen, verzoekt u hen binnen 5 werkdagen de navolgende bewijsmiddelen in te dienen. Kunt u bevestigen dat dit om de volgende vier documenten gaat: a) GVA; b) Verklaring Belastingdienst; c) KvK-uittreksel en; d) Bewijs van verzekering?

Antwoord:

In de basis klopt dit. Dit rijtje kan, al naar gelang de inschrijfform, nog worden aangevuld. Bijvoorbeeld met bewijsmiddelen van derden waar een beroep op wordt gedaan, aanvullende bewijsmiddelen inzake rechtsgeldige ondertekening (indien dit niet blijkt uit de KvK).

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op: 5 jan 2026

Ref.nr.
34

Onderwerp:
Leidraad, paragraaf 4.5, pagina 37

Vraag:

U stelt voor een aantal aan te leveren bewijsmiddelen dat deze niet ouder mogen zijn dan X jaar of X maanden op de datum van aanmelden. Begrijpt de Opdrachtnemer het goed dat u rekent vanaf de sluitingsdatum voor aanmelding op 27 januari 2026?

Antwoord:

Dit is correct. Wij verwijzen in dat kader ook naar de artikel 2.89 Aw2012.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

35

Onderwerp:

Leidraad, paragraaf 1.2, pagina 2

Vraag:

Op pagina 2 van de Leidraad staat dat de raamovereenkomst tweemaal eenzijdig door de "Opdrachtnemer" verlengd kan worden. Wij gaan ervan uit dat hier bedoeld wordt dat de raamovereenkomst eenzijdig door de "Opdrachtgever" kan worden uitgevoerd. Kunt u bevestigen dat hier inderdaad "Opdrachtgever" moet staan in plaats van "Opdrachtnemer"?

Antwoord:

Hier wordt inderdaad Opdrachtgever bedoeld. Bedankt dat u ons hierop heeft geattendeerd.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

Onderwerp:

36

UEA, Deel V, pagina 28

Vraag:

Doet inschrijver de juiste aanname dat onderdeel V in het UEA-Formulier niet ingevuld hoeft te worden door de inschrijver?

Indien dit wel ingevuld dient te worden, kunt u dan verduidelijken:

a. Wat de inschrijver dient te verklaren op de vraag: "Er wordt op de volgende wijze voldaan aan de objectieve niet-discriminerende criteria en regels ter beperking van het aantal gegadigden:"?

b. Welke certificaten en/of bewijsstukken dient de inschrijver hier te overleggen?

Antwoord:

U dient in Deel IV aan te geven dat u voldoet aan de gestelde eisen en criteria door ""ja"" aan te vinken.

In Deel V kan ter beantwoording van de eerste vraag worden verwezen naar het formulier ""selectiecriteria"" van perceel 1 en/of 2. Daar wij de referentie en de tevredenheid van de referent moeten kunnen verifiëren, zult u ook moeten verklaren dat er, indien nodig, sprake is van passende bewijsmiddelen. U dient hier dus ook ""ja"" in te vullen. Er hoeft echter nog niets bijgevoegd te worden.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

37

Onderwerp:

Selectiecriteria

Vraag:

Kunt u bevestigen dat eerdere bekendheid met A&O fonds Gemeenten of uw programma 's geen vereiste is voor het voldoen aan de selectiecriteria, en dat referenties worden beoordeeld op inhoudelijke vergelijkbaarheid met de opdracht?

Antwoord:

Dit kunnen wij bevestigen, mede daar een dergelijk vereiste zich niet zou verenigen met de bepalingen omtrent borging van een level playing field.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

38

Onderwerp:

Kerncompetentie 2

Vraag:

Volstaat voor volledige puntentoekenning bij het eerste criterium een campagne die primair was gericht op beeldvorming en bewustwording, of is het noodzakelijk dat de campagne expliciet was gericht op activatie en gedragsverandering?

Antwoord:

"Het selectie criterium is als volgt geformuleerd: Het betrof een landelijke campagne met thema's en/of doelstellingen op het gebied van bewustwording en aanzetten tot gedragsverandering, in relatie tot persoonlijke ontwikkeling.

Voor toekennig van de punten zijn bewustwording én gedragsverandering vereist. Indien één van beide onderdelen niet terugkomt, wordt de score 0 toegekend. Er wordt niet gewerkt met deelscores.

Ten aanzien van ""gedragsverandering"" verwijzen wij ook naar het eerder gepubliceerde antwoord op vraag 27."

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

39

Onderwerp:

Kerncompetentie 1

Vraag:

In kerncompetentie 1 wordt gesproken over het ‘vormgeven’ van campagnes. Kunt u toelichten of u hieronder primair verstaat (bijv. het ontwikkelen van de campagnestrategie en het concept, de creatieve doorvertaling naar middelen en formats, de (begeleiding van de) uitvoering, of een combinatie)?

Antwoord:

De scope van de kerncompetentie sluit 1 op 1 aan bij de scope als omschreven voor de opdracht. Wij verwijzen in dit kader naar de Selectieleidraad, paragraaf 2.3 (scope van de opdracht), perceel 1 - tot aan de subparagraaf "werkzaamheden buiten scope". Het betreft pagina's 6 en 7.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

40

Onderwerp:

Looptijd overeenkomst

Vraag:

In paragraaf 1.2 is opgenomen dat de raamovereenkomst een initiële looptijd van één jaar kent, met twee optionele verlengingen. Kunt u toelichten waarom is gekozen voor een (relatief korte) initiële looptijd van één jaar, mede in relatie tot het meerjarige karakter van de campagne “Jij bent nodig”?

Antwoord:

Dit is de eerste keer dat er een omvangrijke Europese aanbestedingsprocedure voor deze opdrachten wordt georganiseerd. Wij willen in het eerste jaar toetsen of de door ons geschetste opdrachtscope, eisen en wensen, daadwerkelijk leiden tot het door ons beoogde uitvoeringsresultaat. Daarnaast bestaat de kans dat wij met, voor ons, nieuwe partijen dienen te gaan werken, van wie wij eerst een jaar willen onderzoeken / ervaren in hoeverre zij onze organisatie, doelstellingen en doelgroepen begrijpen en doorgronden. In dat kader hebben wij gekozen voor 1 jaar, met een bijbehorende wachtkamerregeling. Hierbij geven wij wel reeds aan dat er, in geval van tevredenheid, intentie en budget beschikbaar is om de verlenging uit te nutten.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

5 jan 2026

Ref.nr.

41

Onderwerp:

n.a.v. paragraaf 1.5

Vraag:

Level playing field en eerlijke mededinging. Welke maatregelen treft het A&O fonds om een level playing field en eerlijke mededinging te waarborgen voor alle inschrijvende partijen?

Antwoord:

U verwijst bij uw vraagstelling naar paragraaf 1.5, terwijl ons document die paragraaf niet kent. Wij kunnen de tekstuele verwijzing dus niet helemaal plaatsen.

Om evengoed in te gaan op uw vraag: als aanbestedende dienst dragen wij te allen tijd zorg voor borging van eerlijke mededinging en bewaking van het level playing field. Op voorhand zijn er derhalve geen marktpartijen betrokken geweest bij of geconsulteerd over de (scope van de) aanbesteding. Wij geven zeer veel achtergrondinformatie over onze organisatie, doelgroepen, doelstellingen en beoogde campagne om zo ook een eventuele

kennisvoorsprong bij partijen die al bekend zijn met onze organisatie weg te nemen. Ook de geschiktheidseisen en selectiecriteria zijn zo toegankelijk mogelijk vormgegeven. Ditzelfde zal in de vervolgfase gelden voor eisen en gunningscriteria. Deze opdracht staat tot slot op zichzelf ten opzichte van eerdere opdrachten.

Als u hieromtrent een andere mening bent toegedaan en/of bezwaren ziet aangaande level playing field, eerlijke mededing verzoeken wij u ons daar per ommegaande over te informeren via de berichtenmodule.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

7 jan 2026

Ref.nr.

42

Onderwerp:

n.a.v. paragraaf 4.3

Vraag:

Interpretatie ‘aantoonbare ervaring’: Volstaat aantoonbare inzet voor de doelgroep, of dient de campagne primair en exclusief hierop gericht te zijn?

Antwoord:

U verwijst naar paragraaf 4.3. Deze verwijzing kunnen wij niet plaatsen. Desalniettemin hebben wij gepoogd uw vraag te beantwoorden.

Voor “aantoonbare ervaring” is van belang dat de betreffende doelgroep een primaire en leidende rol had binnen de campagnestrategie.

Het is niet vereist dat de campagne uitsluitend of exclusief op deze doelgroep was gericht. Wel dient de aanmelder aannemelijk te maken dat de gekozen strategie, boodschap en middelen specifiek zijn ontwikkeld en ingezet met het oog op deze doelgroep, en dat hierbinnen sprake was van een informierend en activerend karakter.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op:

7 jan 2026

Ref.nr.

43

Onderwerp:

n.a.v. paragraaf 4.3

Vraag:

Referenties met bredere doelgroep. Worden referenties geaccepteerd waarbij gemeenteambtenaren onderdeel zijn van een bredere doelgroep?

Antwoord:

Ja, referenties waarbij gemeenteambtenaren en/of medewerker binnen het publieke domein onderdeel zijn van een bredere doelgroep kunnen worden geaccepteerd, mits deze ambtenaren / publieke medewerkers aantoonbaar en expliciet zijn aangesproken in hun professionele rol.

Daarbij dient de aanmelder aannemelijk te maken dat de campagnestrategie, boodschap en ingezette middelen specifiek (mede) zijn ontwikkeld voor gemeenteambtenaren / medewerkers publieke domein, en dat zij binnen de campagne een herkenbare en inhoudelijk relevante doelgroep vormen. Voor een dergelijke referentie worden, in het kader van selectiecriteria bij kerncompetentie 1, 5 punten verdiend. Voor 10 punten is vereist dat de campagne in zijn geheel is gericht op deze specifieke groep, niet zijnde onderdeel van een breder geheel.

Referenties waarin gemeenteambtenaren en/of medewerkers binnen het publieke domein uitsluitend impliciet of als onderdeel van een algemeen publiek zijn bereikt, worden niet als passend beschouwd.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 7 jan 2026

Ref.nr.
44

Onderwerp:
n.a.v. paragraaf 4.3

Vraag:

Referenties – combinatie: Is het toegestaan om twee afzonderlijke referenties te gebruiken om te voldoen aan de onderdelen van kerncompetentie 1?

Antwoord:

Als u hiermee bedoelt

- 1 referentieproject dat informerend van aard was
 - 1 referentieproject dat activerend van aard was
- dan kunnen wij daarmee akkoord gaan. Mits ook aan alle overige randvoorwaarden is voldaan.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening

Beantwoord op: 7 jan 2026

Ref.nr.
45

Onderwerp:
N.a.v. paragraaf 2.2

Vraag:

Accenten campagnestrategie. Ligt in het vervolg van de campagne de nadruk op informeren, bewustmaken of activeren, of wordt een evenwichtige verdeling verwacht?

Antwoord:

De accenten in de campagnestrategie zijn toegelicht in de beschrijving van de opdracht. De vervolgcampagne bouwt voort op eerdere bewustwordingscampagnes en richt zich in deze fase primair op activering: het vergroten van motivatie en zelfeffectiviteit (self-efficacy) van gemeenteambtenaren om daadwerkelijk in actie te komen.

Informeren en bewustmaken worden ingezet als ondersteunende elementen binnen de strategie, maar het primaire doel van deze fase van de campagne is activering.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

7 jan 2026

Ref.nr.

46

Onderwerp:

N.a.v. paragraaf 3.2

Vraag:

Budgetverdeling: Staat de indicatieve budgetverdeling tussen strategie, contentontwikkeling en distributie vast, of is het toegestaan een alternatieve verhouding voor te stellen? In achtneming van het totaalbudget van beide percelen.

Antwoord:

De opgenomen budgetverdeling tussen strategie, contentontwikkeling en distributie is indicatief en richtinggevend. Het staat inschrijvers vrij om, binnen het totaalbudget van de perceel, een alternatieve verdeling voor te stellen.

Daarbij geldt dat de voorgestelde budgetverdeling logisch en navolgbaar moet zijn in relatie tot de beoogde campagnestrategie en doelstellingen, zoals beschreven in de aanbestedingsdocumenten.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P1 Campagnediensverlening
P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op: 7 jan 2026

Ref.nr.
47

Onderwerp:
n.a.v. paragraaf 1.3, 2.4

Vraag:

Overgang naar nieuwe opdrachtnemers en kenniscontinuïteit
In 2025 is reeds een campagne uitgevoerd ('Jij bent nodig'). Kunt u toelichten waarom is gekozen voor het contracteren van nieuwe opdrachtnemers voor het vervolg van de campagne, en op welke wijze kennis, inzichten en data uit de voorgaande campagne beschikbaar worden gesteld aan nieuwe opdrachtnemers?

Antwoord:

De keuze voor het contracteren van nieuwe opdrachtnemers hangt samen met de geraamde waarde van onderhavige opdracht, waarmee op grond van geldende wet- en regelgeving en het inkoopbeleid van A&O fonds Gemeenten een aanbestedingsverplichting geldt.

De nieuwe aanbesteding betreft een vervolgfase van de campagne, waarin geheel andere accenten kunnen worden gelegd en waarin ruimte is voor een herijking van strategie en aanpak. De opdracht staat daarmee inhoudelijk zelfstandig en biedt inschrijvers de mogelijkheid om vanuit hun eigen expertise tot een passende invulling te komen.

Om te zorgen voor een gelijk speelveld, worden relevante context, uitgangspunten en doelstellingen van de campagne gedeeld in de aanbestedingsdocumenten. Deze informatie wordt aan alle inschrijvers op gelijke wijze beschikbaar gesteld.

Detailinformatie, onderliggende data en operationele inzichten uit de eerdere campagne maken geen onderdeel uit van de aanbestedingsstukken en worden niet separaat beschikbaar gesteld, aangezien deze niet noodzakelijk zijn voor het opstellen van een inschrijving. Daarnaast zijn wij niet van mening dat deze informatie gepubliceerd zou moeten worden om een eventuele kennisvoorsprong of potentieel ongelijk speelveld weg te nemen. Als gezegd: de opdracht staat op zichzelf.

Fase:
Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen:

P1 Campagnediensverlening

P2 Mediadiensverlening

Beantwoord op:

7 jan 2026

Ref.nr.

48

Onderwerp:

Selectieleidraad. blz 10

Vraag:

"Effectenonderzoek, al dan niet door inhuur van een derde: dit betreft periodieke evaluaties van de campagnes en media-mix op basis waarvan tussentijds door de contractanten op hetzij perceel 1, hetzij perceel 2 moet worden bijgestuurd in de uitvoering."

Kunnen jullie iets meer toelichting geven wat jullie verstaan onder effectonderzoek? Wat zijn bijvoorbeeld belangrijke aspecten die jullie graag terug zien in dit effectonderzoek?

Antwoord:

Onder effectonderzoek verstaan wij het periodiek evalueren van de campagne en de ingezette mediamix, met als doel om de uitvoering tussentijds te kunnen bijsturen.

Het effectonderzoek zou zich kunnen richten op:

- inzicht in bereik en engagement binnen de doelgroep
- reflectie op wat werkt en wat minder effectief is, als basis voor optimalisatie van strategie en uitvoering.
- concrete actiestappen die medewerkers zetten (bijvoorbeeld deelname aan leeractiviteiten of het voeren van ontwikkelgesprekken) (NICE TO HAVE)

De wijze waarop het effectonderzoek wordt ingericht is vrij, mits deze passend, proportioneel en navolgbaar is. In de inschrijffase zal dit ook ter uitwerking (naar inzicht van inschrijver) terugkomen in de gunningscriteria.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P2 Mediadienstverlening

Beantwoord op: 8 jan 2026

Ref.nr.
49

Onderwerp:
Selectieleidraad blz 9

Vraag:

"De jaarlijkse, verwachte spend is geraamd op circa EUR 180.000,- per jaar," Is dit bedrag inclusief mediabudget?

Antwoord:

Ja. Het geraamde budget omvat de gehele opdrachtsscope als omschreven voor dit perceel.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Percelen: P2 Mediadienstverlening

Beantwoord op: 8 jan 2026