



Nota van Inlichtingen-1

Rijksinkoop samenwerking

Mediadienstverlening 2025

Contactpersoon	Ralf Koops
Datum	16 March 2026
Kenmerk aanbesteding	201865001.024.002
Versie	1.0
Status	Definitief

Mededelingen:

- Naar aanleiding van de antwoorden van deze NvI zal Aanbestedende dienst nieuwe versies van de aanbestedingsdocumenten uploaden. Deze worden naar verwachting uiterlijk 23 maart gepubliceerd.
- Bijlage H – Deelnemerslijst zal met de tweede NvI gepubliceerd worden.

Vraag nummer	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Beschrijvend document - 2.4 - Pag. 9	In paragraaf 2.4 van het Beschrijvend document wordt aangegeven dat arbeidsmarktcommunicatie voor “zeer specialistische functies” buiten de scope van de opdracht valt. Kunt u toelichten welke criteria de Opdrachtgever hanteert voor deze kwalificatie, dan wel voorbeelden geven van functies die hieronder worden verstaan, om interpretatieverschillen tijdens de uitvoering te voorkomen?	Zeer specialistische functies betreffen functies waarbij de gebruikelijke arbeidsmarktcommunicatie naar verwachting van de Nadere opdrachtgever niet zal leiden tot invulling van een vacature en waarbij de inzet van een headhunter of specialistisch bureau benodigd is. Het feit dat het zeer specialistische functies betreft geeft aan dat de inzet van een specialistisch bureau of headhunter naar verwachting beperkt voor zal komen.
2	Beschrijvend document – §1.1 (DPC + Media-inkoop) + Bijlage E – §1 Rolverdeling Teams DPC waar we mee schakelen	Hoe zien de teams aan de kant van DPC er uit waar wij mee zullen schakelen?	In de dagelijkse operatie schakelt Opdrachtnemer met Opdrachtgever (DPC-team media inkoop) over alle in de Opdrachtomschrijving als collectief beschreven zaken. En met alle Nadere Opdrachtgevers voor de in de Opdrachtomschrijving aangegeven individuele mediaconsultancy zaken en individuele media-uitvoering zaken.
3	Beschrijvend document – §2.3 (beoogd resultaat) + Bijlage D – DV.15/DV.16/DV.17 + Bijlage E – §1 Rolverdeling Centraal vs decentraal aansturen	Wat wordt centraal aangestuurd en wat decentraal?	Centraal is alles voor het collectief en decentraal betreft individuele mediaconsultancy opdrachten en individuele media-uitvoering opdrachten.
4	Pagina 9	De media-inkoop voor het ministerie van Defensie valt buiten de opdracht. Het betreft de sell laag (activatie en conversie). Waarom heeft u hiervoor gekozen?	Omdat Defensie hier een eigen overeenkomst voor heeft.
5	Pagina 9	De media-inkoop voor het ministerie van Defensie valt buiten de opdracht. Het betreft de sell laag (activatie en conversie). Is er sprake van een bestaande contractpartner ja/nee?	Ja, de bestaande contractpartners zijn Dentsu en Radancy.

6	Pagina 9	De media-inkoop voor het ministerie van Defensie valt buiten de opdracht. Het betreft de sell laag (activatie en conversie). Vervallen hiermee de werkzaamheden “consultancy” en “media-uitvoering” ten behoeve van het collectief mbt tot de “Sell” laag?	Voor de sell laag van het ministerie van Defensie valt mediaconsultancy buiten scope. Voor media-uitvoering valt wel binnen scope: de media-administratie, de kennisoverdracht en de managementrapportage. De overige onderdelen van media uitvoering valt buiten scope.
7	Pagina 9	De media-inkoop voor het ministerie van Defensie valt buiten de opdracht. Het betreft de sell laag (activatie en conversie). Wordt er wel een informatie en kennisoverdracht voorzien tussen de opdrachtnemer en de mediapartner die op dit moment verantwoordelijk is voor het inrichten en uitvoeren van online “always-on” campagnes voor Defensie?	Ja, dat wordt wel voorzien. Aanvullend, zie antwoord vraag 6.
8	Beschrijvend Document - Pagina 10/Paragraaf 2.5	Welke tech & tooling wordt momenteel ingezet tbv van het meten van brand safety, brand suitability, ad fraud en viewability richtlijnen?	Voor het meten van brand safety, brand suitability en ad fraud van digital advertenties wordt momenteel gebruik gemaakt van Integral Ad Science (IAS). Ook wordt er gebruik gemaakt van Channel Factory voor het meten van brand suitability van advertising op het Youtube platform. Gelijkwaardige alternatieve tech & tooling is mogelijk.
9	Beschrijvend Document - Pagina 10/Paragraaf 2.5	Welke minimale requirements worden er gesteld aan de inkoop van media in het kader van brand safety, brand suitability, ad fraud en viewability?	In de optie zoals beschreven in het Beschrijvend document hoofdstuk 2.5 worden geen minimale requirements beschreven. Als de optie gelicht wordt, verandert dat niets aan de eisen betreffende de inkoop van media.
10	Pagina 10 (2.5 onder NB)	Wat verstaat u onder het woord “gelicht”? 2e regel onder NB	In 2.5 van het Beschrijvend document wordt een optie beschreven. Deze optie is niet effectief zolang deze niet door Opdrachtgever gelicht (geëffectueerd) wordt.
11	Beschrijvend Document - Pagina 10/Paragraaf 2.6	Implementatieperiode start vanaf 16 jul 2026, Bijlage E gaat uit van Implementatieplan gereed 15 Juli (pag 37). Op pagina 40 staat advies technische infrastructuur gereed 6 juli. Graag bevestiging van de tijdlijn voor het implementatieplan en eventuele duiding verschil implementatieplan en technische infrastructuur	De implementatieperiode start volgens de gepubliceerde planning op donderdag 16 juli 2026. Opdrachtnemer neemt maximaal drie werkweken de tijd voor het schrijven van een implementatieplan en het voorleggen van een eerste concept ter goedkeuring. Na overleg en aanpassingen legt Opdrachtnemer het plan binnen nogmaals drie weken voor aan Opdrachtgever. Bijlage E pagina 37 wordt de datum 15 juli 2026 gecorrigeerd naar “binnen eerste zes weken van implementatie periode”. In Bijlage E paragraaf 5.3 pagina 40 tabel rij 1 en 2 worden de datums gecorrigeerd naar “opnemen in implementatieplan”.

12	Beschrijvend Document - Pagina 14/Paragraaf 2.9	Charter diversiteit, indien als combinatie of derde wordt ingeschreven, dient iedere individuele Combinant of derde deze aan te leveren?	Ja, in het geval een Combinatie inschrijft dient elke Combinant deze charter te leveren. Ook een Derde (en let op) een Onderaannemer moet deze charter aanleveren.
13	Beschrijvend document - paragraaf 2.9 - pagina 13	In paragraaf 2.9 ("Inkopen met impact") benadrukt Opdrachtgever duurzaam, sociaal en innovatief inkopen als standaard binnen het Rijk. In de huidige aanbestedingsstukken zien wij echter geen expliciete, toetsbare eis waarmee aantoonbare duurzaamheidsprestaties van inschrijvers worden geborgd. Overweegt Opdrachtgever om, ter concretisering van deze ambitie, als geschiktheidseis of contractvoorwaarde een erkende duurzaamheidsrating (EcoVadis of aantoonbaar gelijkwaardig) op te nemen?	We zullen geen duurzaamheidsrating opnemen in de aanbestedingsstukken of overeenkomst.
14	Beschrijvend Document - Pagina 18/Paragraaf 3.2	Dient het KvK formulier (elektronisch), of nat, of in het geheel niet ondertekend te worden?	Het KvK uittreksel hoeft niet ondertekend te worden.
15	Beschrijvend Document - Pagina 17/Paragraaf 3.2	Zitten er restricties aan het aantal woorden van de uitgebreide omschrijving per individuele referentie case?	Nee, er zijn geen restricties.
16	Beschrijvend Document - Pagina 18-19Paragraaf 3.2	Mogen de register accountant verklaring en financieel jaarrapport in het Engels opgesteld zijn (standaard rapportage vorm)	Ja, dat mag.
17	Beschrijvend Document - Pagina 17/Paragraaf 3.2	Onder kerncompetenties punt 3 & 4: Wat wordt verstaan onder kwantitatief geëvalueerd? Wordt hier bedoeld op media metrics of campagne/brand metrics?	Het betreft hier media metrics.
18	Beschrijvend document - 3.2 - p.17	Kunt u bevestigen of referenties die betrekking hebben op werkzaamheden voor Opdrachtgever (DPC) en haar Nadere opdrachtgevers mogen worden opgevoerd als referentie, en of daarbij onderscheid wordt gemaakt tussen werkzaamheden binnen het huidige DPC-contract voor de rijksoverheid en werkzaamheden voor overige diensten die momenteel onder het contract vallen, maar geen onderdeel meer uitmaken van het nieuwe contract?	Werkzaamheden voor DPC en nadere opdrachtgevers mogen opgevoerd worden als referentie. Er wordt geen onderscheid gemaakt, ook referenties van huidige nadere opdrachtgevers die straks geen deelnemer meer zijn aan de aan te besteden raamovereenkomst kunnen opgevoerd worden.
19	budget case par 4.2 en par 4.3	Zijn de budgetten in par 4.2 en par 4.3 incl. BTW of excl. BTW?	Het mediabudget is inclusief BTW.
20	Case paragraaf 4.2 en 4.3	Kunt U het mediabudget specifiek aangeven voor case 1 en 2 ?	Nee, voor de casus arbeidsmarktcommunicatie is het budget voor de media-uitvoering meegegeven. Voor de casus publiekscommunicatie is een totaal budget meegegeven. Wij zullen dat niet verder specificeren naar een mediabudget.

21	Casus vraagt begroting media + consultancy-uren Branded content kosten	Vallen kosten voor branded content (plaatsing/afkoop/evt. productie) binnen het mediabudget of (deels) onder creatie/PR (zeker als creatief/PR bureau al gecontracteerd is)? Hoe wilt u dat we dit begroten in de casus (media-inzet vs. overige kosten)?	Plaatsing, afkoop en creatie van branded content vallen binnen het mediabudget.
22	"Casus: max. 10 pagina's, aannames toegestaan + data (archivering/toegang) context PvE" Extra bijlage over bureau/ tooling/AVG	Is het toegestaan een extra bijlage toe te voegen (buiten de max. 10 pagina's casusuitwerking) met toelichting op ons bureau, incl. tooling/datasets/dashboard-functionaliteiten en AVG/privacy-aanpak? Zo ja: wordt deze inhoudelijk beoordeeld?	Nee, dit is niet toegestaan. Dit wordt niet beoordeeld en wordt ook geen onderdeel van de Overeenkomst.
23	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 – Casus (max. 10 pagina's) Toegestane bijlagen/visuals + paginalimiet	Mogen wij ter verduidelijking van onze casusuitwerking visuele bijlagen toevoegen (bijv. schema's, customer journey, backplanning)? En zo ja: vallen die binnen het maximum van 10 pagina's, of mogen deze als aparte bijlage buiten het paginalimiet worden toegevoegd (en in welke bestandsformaten)?	Ja, dat mag en deze vallen binnen het maximum van 10 pagina's. De pagina limiet geldt voor de gehele beantwoording, dus inclusief planning, begroting, visuals, bijlagen enz. Tabellen dienen ook gewoon lettertype Verdana 9 pt te zijn. Visuals mogen ook een ander lettertype krijgen maar zorg dat het leesbaar is. Visuals die eigenlijk bedoeld zijn als tekstvlakken dienen ook gewoon lettertype Verdana 9 pt te zijn.
24	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 – Casusbeschrijving incl. planning & begroting met media-consultancy uren Urenbegroting: definities junior/medior	Kunt u aangeven welke definitie/afbakening u hanteert voor de functieniveaus junior en medior (bijv. in jaren relevante werkervaring, verantwoordelijkheden en/of verwachte competenties), zodat wij de begroting met consultancy-uren eenduidig kunnen opstellen?	Nee, dit kan opdrachtgever net aangeven. In de casus wordt niet gesproken over functieniveaus.
25	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0	Kunt u de weging/onderlinge prioriteit van de genoemde beoordelingsaspecten (strategie, bereik/doelgroep, budget/efficiëntie, innovatie, meetbaarheid, compliance, planning, risico's) delen, of wordt de weging gelijkwaardig verdeeld over de genoemde componenten?	Er is geen weging/onderlinge prioriteit, de beoordelingscommissie beoordeeld het totaalbeeld..
26	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 Vraag (casus mediastrategie) + max. 10 pagina's	"Geldt de paginalimiet van 10 pagina's voor alleen de beantwoording (bijlage 2), of inclusief planning/begrotingstabellen, visuals, eventuele bijlagen/appendices? En hoe wordt omgegaan met tabellen in klein lettertype? "	De pagina limiet geldt voor de gehele beantwoording, dus inclusief planning, begroting, visuals, bijlagen enz. Tabellen dienen ook gewoon lettertype Verdana 9 pt te zijn. Visuals mogen ook een ander lettertype krijgen maar zorg dat het leesbaar is. Visuals die eigenlijk bedoeld zijn als tekstvlakken dienen ook gewoon lettertype Verdana 9 pt te zijn.
27	Overkoepelend (beide cases)	Welke meetbeperkingen zijn er vanuit privacy, AVG of organisatie (wat kan expliciet niet gemeten worden)?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief

			campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.
28	Overkoepelend (beide cases)	Welke KPI-definities en meetmethodes hanteert opdrachtgever momenteel voor kennis, houding en gedrag?	De KPI's staan voor beide casussen in de campagnedoelstellingen. Voor de meetmethodes kunt u voor de beantwoording van de casussen uitgaan van campagne-effectonderzoek en webstatistieken.
29	Overkoepelend (beide cases)	Welke resultaten en learnings zijn beschikbaar uit eerdere, vergelijkbare campagnes (bereik, houding, gedrag)?	U kunt voor de beantwoording van de casussen er van uitgaan dat er geen eerdere resultaten en learnings beschikbaar zijn. Wel zijn op Campagneresultaten Overheidscommunicatie Rijksoverheid.nl campagneresultaten uit het verleden beschikbaar. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
30	Overkoepelend (beide cases)	Wat is het concrete eindbeeld van succes, los van KPI's?	Voor de casus arbeidsmarktcommunicatie is voor deze campagne geen concreet eindbeeld – anders dan in de campagnedoelstellingen is weergegeven. Voor de casus publiekscommunicatie is het concrete eindbeeld van succes: voorkomen dat de problematiek erger wordt.
31	Pagina 26 (onderin) en 27 (bovenin)	Het toelichtingsgesprek is 30 minuten. Er is wel ruimte ingepland voor het klaarzetten van een presentatie en in de daaropvolgende zin staat dat presentaties niet zijn toegestaan. En vervolgens geeft u aan dat het antwoord van de casus op een scherm wordt getoond. Kunt u de procedure tijdens het gesprek iets duidelijker toelichten?	Het door u ingezonden antwoord wordt op een groot scherm getoond. Het gebruik van presentaties en handouts zijn niet toegestaan. Zodra iedereen klaar is start de tijd. U krijgt dan de mogelijkheid een en ander toe te lichten. U kunt er voor kiezen de vragen tot na de toelichting te bewaren of juist een interactief gesprek te voeren (dus vragen tijdens de toelichting). Zodra de tijd afgelopen is, gaan we door naar het volgende subgunningscriterium of stoppen we het gesprek.
32	Pagina 27 Gebruik voor de beantwoording Bijlage 2	Worden de cases anoniem beoordeeld? Kortom indien er afbeeldingen in de case worden gebruikt moeten deze zonder bureau vermelding worden opgenomen? Of wenst u juist wel dat de inschrijvers nadrukkelijk zichtbaar zijn in de cases?	De beantwoording is niet anoniem, tijdens het kennismakingsgesprek wordt toch duidelijk wie de inschrijver is. Inschrijvers hoeven echter niet nadrukkelijk zichtbaar te zijn in de antwoorden omdat dit geen invloed heeft op de beoordeling.
33	Case paragraaf 4.2	Beschrijvend document pag. 22. Wat is de campagne periode?	De campagne periode laten wij aan u over.

34	Case paragraaf 4.2	In de case omschrijving wordt melding gemaakt van het feit dat er wordt samengewerkt met externe partijen voor owned media. Welke owned media worden ingezet voor arbeidsmarkt communicatie?	Voor de owned media kunt u bij de beantwoording van beide casussen uitgaan van Rijksoverheid.nl en de volgende social media kanalen YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat en LinkedIn.
35	Case paragraaf 4.2	Is er aanvullende informatie beschikbaar over de huidige houding, drempels en motivaties van technisch geschoolde doelgroepen ten aanzien van de Rijksoverheid als werkgever?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
36	Case paragraaf 4.2	Zijn er specifieke geografische of sectorale verschillen (bijv. Randstad versus regio, civiele techniek versus ICT-techniek) waarvan de mediastrategie uit dient te gaan?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
37	Case paragraaf 4.2	Is het mogelijk om meer toelichting te krijgen op welke merkbeleving en de juiste merkassociaties gefocust wordt?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
38	Case paragraaf 4.2	In par 4.2 staat budget voor media-advies (300.000 euro) en media-uitvoering (1.500.000). Kunt u specificeren welke activiteiten er onder media-advies vallen?	Voor nadere informatie zie Bijlage E - Opdracht omschrijving.
39	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0.pdf – §4.2 “Proeve van Bekwaamheid: casus arbeidsmarktcommunicatie” (campagnedoelstellingen benoemen steunpunten, maar geen locatielijst opgenomen) Locatie-informatie steunpunten (overzicht)	Is er een overzicht van waar de steunpunten zich bevinden (6 positioneel postcode is voldoende)?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen. Zie tevens het antwoord op vraag 97.
40	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0.pdf – §4.2 “Proeve van Bekwaamheid: casus arbeidsmarktcommunicatie” (casuscontext; verdere specificatie over Gezondheidsenquête/Leefstijlmonitor niet opgenomen)	Is er vanuit de gezondheidsenquête/leefstijlmonitor meer bekend over de achtergrond van deze doelgroep (sociale klasse, afkomst, stedelijkheid etc.)?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.

	Doelgroepinzicht (achtergrondkenmerken vi		
41	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0.pdf – §4.2 “Proeve van Bekwaamheid: casus arbeidsmarktcommunicati e” Campagnedoelstellingen: kwantificering, nulmeting & succescriteria	Wat is de status nu (nulmeting) en wanneer is de campagne succesvol?	De huidige status en de campagnedoelstellingen staan in de campagnedoelstelling.
42	Casus: touch-tell-sell, onderbouwing keuzes/strategie Kanaalkeuzes & uitsluitingen (o.a. TikTok/influencers)	Zijn er door Opdrachtgever kanaal- of tactiekrestricties (bijv. TikTok paid/organic, branded content, influencers)? Zo ja: welke en waarom (brand safety/beleid/Doelgroepen), zodat we dit correct verwerken in strategie en plan?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden
43	§4.2 SG1 casus (p. 22–24) + beoordelingskader/aanna mes Onderbouwing K/H/G doelstellingen	Kunt u het onderzoek (of bronverwijzingen/insights) delen waarop de campagnedoelstellingen Kennis / Houding / Gedrag in deze casus zijn gebaseerd (datum, methode, belangrijkste bevindingen)? Als dit niet beschikbaar is: welke aannames mogen inschrijvers expliciet hanteren?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
44	§4.2 SG1 casus (p. 22–24) Vacature-/propositie- invulling	Kunt u per (primaire) doelgroep enkele voorbeeldvacatures of voorbeeldrollen (2–3 per doelgroep) delen, inclusief: functietype/sector, instroomniveau, regio, belangrijkste vereisten en de beoogde candidate journey (waar komt men terecht/CTA)? Dit om propositie en mediakeuzes consistent te kunnen uitwerken.	Voorbeeld vacatures zijn terug te vinden op Werken voor Nederland.
45	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 – §4.2 SG1 (p. 22–24) Doelgroepafbakening	Kunnen wij ervan uitgaan dat de primaire doelgroep voor deze casus wordt ingedeeld in drie leeftijdssegmenten: 15–25 (jongeren), 25–35 (baanzoekenden) en 35+ (professionals)? Indien niet: welke doelgroepindeling (incl. definities/kenmerken) hanteert DPC voor deze casus?	Nee, voor doelgroepindeling zie Beschrijvend document.
46	Case 1 – Arbeidsmarktcommunicati e Techniek	Welke conversiestappen zijn meetbaar tussen media, werkenvoornederland.nl en het ATS, en waar valt data weg?	Er wordt geen gebruikmaakt van conversiepixels, alleen van utm tracking. Er is geen directe koppeling tussen site en ATS qua meetbaarheid. Data valt weg na click-out.

47	Case 1 – Arbeidsmarktcommunicatie Techniek	Hoe volwassen is de media-ATS-koppeling?	Volwassen is een moeilijk te interpreteren woord en hierop kan opdrachtgever ook geen eenduidig antwoord geven. De koppeling tussen ATS en media is er niet.
48	Case 1 – Arbeidsmarktcommunicatie Techniek	Hoe volwassen is de media-ATS-koppeling?	Volwassen is een moeilijk te interpreteren woord en hierop kan opdrachtgever ook geen eenduidig antwoord geven. De koppeling tussen ATS en media is er niet.
49	Case 1 – Arbeidsmarktcommunicatie Techniek	Zijn er prioritaire technische profielen?	Nee, er zijn geen prioritaire technische profielen.
50	Case 1 – Arbeidsmarktcommunicatie Techniek	Wat zijn historische performance-indicaties per campagnelaag (Touch, Tell, Sell) en per kanaal (bandbreedtes volstaan)?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
51	Case 1 – Arbeidsmarktcommunicatie Techniek	Wat is de grootste barrière bij technici?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
52	Beschrijvend Document - Pagina 22-23/Paragraaf 4.2	Hoe wordt gemeten dat de doelgroep de Rijksoverheid kent als techniekwerkgever (bron, methode, frequentie)?	U kunt voor de beantwoording van de casussen uitgaan van imago-onderzoek en campagne-effectonderzoek.
53	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Hoe wordt “overweegt zich te oriënteren” exact gemeten (attitude, intentie, survey, gedrag)?	U kunt voor de beantwoording van de casussen uitgaan van imago-onderzoeken en campagne-effectonderzoek.
54	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Hoe wordt gemeten dat doelgroep het technische baanaanbod heeft bekeken (unieke bezoekers, sessies, engagement)?	U kunt voor de beantwoording van de casussen uitgaan van webstatistieken.
55	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Wat weegt zwaarder: bereik (awareness), houding (consideration) of gedrag (activatie)?	De campagnedoelstellingen zijn allemaal even belangrijk, de een weegt niet zwaarder dan de ander. Wel is er een achterliggende doelstelling: meer technisch geschoold personeel aantrekken in een steeds krappere arbeidsmarkt.
56	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Zijn er aanvullende recruitment KPI's zoals sollicitaties, hires of kandidaat kwaliteit?	Nee, die zijn er niet.
57	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Tegen welke werkgevers concurreert de Rijksoverheid voor technische profielen?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
58	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Wat zijn de belangrijkste perceptie- of gedragsbarrières (salaris, innovatie, bureaucratie, imago)?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
59	Beschrijvend Document - Pagina 22-24/Paragraaf 4.2	Wat is huidige performance per fase (Touch, Tell, Sell)?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
60	Beschrijvend Document - Pagina 22-24/Paragraaf 4.2	In welke fase verliest de campagne de meeste doelgroep?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.

61	Beschrijvend Document - Pagina 22-24/Paragraaf 4.2	Hoeveel mensen moeten per funnel fase bewegen om KPI's te halen?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
62	Beschrijvend Document - Pagina 22-24/Paragraaf 4.2	Hoe sterk is het huidige employer brand voor techniekfuncties?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
63	Beschrijvend Document - Pagina 22-24/Paragraaf 4.2	Is er first-party data beschikbaar voor retargeting en nurturing?	Nee die data is er niet. Ter volledigheid: zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.
64	Beschrijvend Document - Pagina 23-24/Paragraaf 4.2	Wat is de huidige Employer Value Proposition voor techniek?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
65	Beschrijvend Document - Pagina 24/Paragraaf 4.2	Zijn er compliance of beleidsrestricties voor bepaalde kanalen?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.
66	Beschrijvend Document - Pagina 24/Paragraaf 4.2	Welke data kan gebruikt worden voor targeting en optimalisatie?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.
67	Beschrijvend Document - Pagina 24/Paragraaf 4.2	Wat is verwachte cost per engaged user of kandidaat?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
68	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.2	Is er een ATS koppeling voor datafeedback?	Nee, die is er niet.
69	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.2	Welke privacybeperkingen gelden voor targeting en retargeting?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.
70	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.2	Mag AI en automation gebruikt worden in targeting of optimalisatie?	Zie Opdrachtomschrijving bijlage II Inzet en gebruik van AI. Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.

71	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Welke specifieke technische vakgebieden of functies zijn er en welke zijn op dit moment het meest kritiek of moeilijk te vervullen binnen de Rijksoverheid?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
72	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Zijn er specifieke redenen die uit eerdere onderzoeken naar voren kwamen waarom technisch personeel de Rijksoverheid niet overweegt als werkgever, anders dan onbekendheid?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
73	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Wat zijn de belangrijkste USP's (Unique Selling Propositions) van de Rijksoverheid als werkgever voor technisch personeel? Zijn deze al helder geformuleerd of moeten deze nog (mede) ontwikkeld worden?	De relevantie van de vraag ontgaat Aanbestedende dienst. Er worden geen USP's meegegeven in de casus.
74	Beschrijvend Document - Pagina 23/Paragraaf 4.2	Wat zijn de resultaten en learnings van eerdere arbeidsmarktcampagnes gericht op technisch personeel? Welke media, boodschappen en creatie-concepten hebben goed gewerkt, welke minder en waarom?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
75	Beschrijvend Document - Pagina 23/Paragraaf 4.2	Welke tools en systemen (naast het ATS) worden momenteel gebruikt voor data-analyse en campagnemanagement? Welke inzichten zijn daaruit beschikbaar?	De relevantie van de vraag betreffende de tools en systemen ontgaat Aanbestedende dienst. De inzichten zijn niet beschikbaar aangezien het een fictieve casus betreft.
76	Beschrijvend Document - Pagina 23/Paragraaf 4.2	Welke van de primaire subdoelgroepen heeft op dit moment de hoogste prioriteit of het grootste wervingspotentieel?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
77	Beschrijvend Document - Pagina 23/Paragraaf 4.2	Hoe wordt de 'huidige' 40% kennis, 25% houding en 20% gedrag gemeten? Welke methodologie wordt hiervoor gehanteerd? Wat is de vraagstelling in het onderzoek?	U kunt voor de beantwoording van de casussen uitgaan van imago-onderzoek en campagne-effectonderzoek in combinatie met webstatistieken.
78	Beschrijvend Document - Pagina 23/Paragraaf 4.2	Is er een verwachting over de mate waarin het budget innovatieve of experimentele media-inzet moet faciliteren, versus bewezen kanalen? Zo ja, wat is de verhouding binnen de budgetten?	Nee, die verwachting is er niet.
79	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	DPC omschrijft 'uit doelgroeponderzoek blijkt'. Kan dit onderzoek gedeeld worden?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
80	Beschrijvend Document - Pagina 22/Paragraaf 4.2	Is er voor de secundaire doelgroep geen KPI?	Er is geen KPI voor de secundaire doelgroep.
81	Beschrijvend Document - Pagina 23/Paragraaf 4.2	Welke Social Media kanalen mogen meegenomen worden? Zijn er regels omtrent META? Is TikTok toegestaan of absoluut niet in het kader van regelgeving? Zelfde vraag omtrent Reddit en Snapchat.	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.

82	Beschrijvend document - 4.2, p. 24	In de eerste casus worden doelstellingen geformuleerd binnen de kennis-, houding- en gedragsfunnel. Kunt u verduidelijken hoe de genoemde percentages dienen te worden geïnterpreteerd? Gaat het hierbij om cumulatieve percentages die voortvloeien uit de voorafgaande funnelstap, of om afzonderlijke percentages ten opzichte van de totale doelgroep?	Het gaat hierbij om de totale doelgroep.
83	Beschrijvend document - 4.2, p.22	Kunt u verduidelijken welke typen functies Opdrachtgever schaaft onder het begrip “technisch geschoold personeel”, en of deze definitie wordt bepaald aan de hand van het vakgebied, de aard van de werkzaamheden en/of de functierol?	Wij verstaan onder techniek alles wat te maken heeft met het ontwerpen, maken, verbeteren en onderhouden van producten, systemen en processen, <u>met uitzondering van IT.</u>
84	Pagina 22 - 4.2 Casus arbeidsmarktcommunicatie	Verstaat u onder technisch personeel ook I(C)T?	Zie antwoord vraag 83.
85	Pagina 22 - 4.2 Casus arbeidsmarktcommunicatie	Ook al betreft het een fictieve case de site Werkenvoornederland.nl kent 2 “technische” groepen: techniek/productie en ICT. Is de opdracht voor beide groepen of uitsluitend techniek/productie?	Zie antwoord vraag 83.
86	Pagina 23 Wijze van campagnevoering	U vermeld het volgende: “de huidige campagne architectuur van TWO is gestoeld op breed gedragen inzichten uit de merkcommunicatie en gedragswetenschap”. Welke breed gedragen merkinzichten worden hiermee bedoeld?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
87	Pagina 23 Wijze van campagnevoering	De communicatie in de Touch-laag (employer branding) is vooral bedoeld voor het overbrengen van de merkbeleving en de juiste merkassociaties. Welke merk associaties worden onder “juiste” verstaan?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
88	Pagina 23 Wijze van campagnevoering	Tell-communicatie geeft baanverdieping en laat je kennismaken met het feitelijke beroepsbeeld. De Sell-communicatie kenmerkt zich door datagedreven campagnevoering Welke data is voor de campagne voering belangrijk?	Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
89	Pagina 24	Onder punt 3: wat verstaat u onder een subdoelgroep? Bedoelt u daarmee 1 van de 3 primaire doelgroepen?	Ja, dat bedoelt opdrachtgever hiermee.
90	Beschrijvend document paragraaf 4.2 pagina 22	Welke owned media zijn er in deze context beschikbaar voor arbeidscommunicatie? Graag uw toelichting.	Voor de owned media kunt u bij de beantwoording van beide casussen uitgaan van Rijksoverheid.nl en de volgende social media kanalen YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat en LinkedIn.
91	Case paragraaf 4.3	Welke startdatum voor de campagne heeft uw voorkeur?	De startdatum is vrij in te vullen.

92	Case paragraaf 4.3	De case omschrijving vermeldt dat er tot dusver weinig gecommuniceerd is over de steunpunten over de owned kanalen. Welke owned kanalen worden daarmee bedoeld?	Voor de owned media kunt u bij de beantwoording van beide casussen uitgaan van Rijksoverheid.nl en de volgende social media kanalen YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat en LinkedIn.
93	Case paragraaf 4.3	Kunnen de doelstellingen gekwantificeerd worden?	We kunnen de doelstellingen niet kwantificeren. Per doelstelling willen we een significante stijging behalen. Huidige situatie is: Op dit moment heeft 20% van de kinderen binnen de doelgroep een keer een steunpunt bezocht.
94	Case paragraaf 4.3	Zijn er subsegmenten binnen “ouders van kinderen met overgewicht 4–12 jaar”?	De doelgroepinformatie in de casus wordt niet door ons aangevuld.
95	Case paragraaf 4.3	Is er informatie over drempels waarom ouders de steunpunten níét bezoeken?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
96	Case paragraaf 4.3	Wat is precies het aanbod van een steunpunt?	In de steunpunten kunnen kinderen en ouders het gesprek aangaan over overgewicht en obesitas. Ze krijgen daar informatie en begeleiding naar een gezond gewicht van het kind. Daar zijn geen noemenswaardige middelen beschikbaar die u kunt gebruiken in uw media-uiting.
97	Case paragraaf 4.3	Is een overzicht beschikbaar waar alle steunpunten zich in Nederland bevinden?	Het is een fictieve case. U kunt ervan uitgaan dat in het hele land steunpunten beschikbaar zijn, met name in wijken waar kwetsbare kinderen zich begeven.
98	Case paragraaf 4.3	Het budget wordt nu als totaal budget aangegeven. Kunt U ook voor deze casus een verdeling aangeven op advies en uitvoering?	Voor de casus publiekscommunicatie is een totaal budget meegegeven. Wij zullen dat niet verder specificeren naar een mediabudget of een budget voor advies.
99	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Welke data mogen wél en niet worden gebruikt in communicatie en evaluatie gezien maatschappelijke en ethische gevoeligheid?	Alle openbare data mag gebruikt worden. Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk . Let op: Tik Tok mag in de beantwoording van de casussen als kanaal <u>niet</u> gebruikt worden.
100	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Zijn er bestaande cijfers over instroom, contactmomenten of doorverwijzingen bij steunpunten?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen. Zie tevens antwoord op vraag 93.
101	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Wat is de geografische spreiding van steunpunten en (globaal) van de doelgroep?	Het is een fictieve case. U kunt ervan uitgaan dat in het hele land steunpunten beschikbaar zijn, met name in wijken waar kwetsbare kinderen zich begeven.
102	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Hoe meetbaar is impact via steunpunten?	Dat is naar oordeel van opdrachtgever niet van relevantie voor de case.

103	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Welk gedrag is primair succes?	Het is niet duidelijk wat er met deze vraag wordt bedoeld. In de case staat: De beleidsdoelstelling die achter deze campagne zit: voorkomen dat de problematiek erger wordt. Zie tevens de campagnedoelstellingen in de casus.
104	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Waar liggen de grenzen in toon en framing?	De Rijksoverheid heeft richtlijnen rondom tone of voice. Meer informatie: Stand van Overheidscommunicatie CommunicatieRijk en Uitgangspunten voor overheidscommunicatie CommunicatieRijk
105	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Welke inzichten zijn er over waarom ouders momenteel geen gebruik maken van steunpunten?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
106	Case 2 – Overgewicht bij kinderen (VWS)	Wat is de kernoorzaak van laag steunpuntbereik?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
107	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Wat is de officiële naam of paraplu-organisatie van deze "steunpunten" en/of wat bieden zij precies aan? (e.g. gratis spreekuren, psychologische ondersteuning, social activiteiten)	De inhoud van wat de steunpunten aanbieden is niet relevant voor deze casus. In de steunpunten kunnen kinderen en ouders het gesprek aangaan over overgewicht en obesitas.
108	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Zijn de steunpunten fysieke locaties, of is er ook een (online) loket of telefoonlijn beschikbaar?	Alleen fysieke locaties.
109	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Wat is de spreiding van de steunpunten over het land, met name in de wijken waar de kwetsbare kinderen zich begeven?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
110	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Is er een centraal registratiesysteem voor het aantal gesprekken/contacten met steunpunten?	Ja, dat is er.
111	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Wat zijn, naast onbekendheid, de specifieke redenen die uit eerdere analyses naar voren kwamen waarom ouders de steunpunten niet weten te vinden of er geen gebruik van maken, ondanks doorverwijzing door JGPZ, gemeenten, scholen en huisartsen?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
112	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	De doelen zijn geformuleerd als "een zo groot mogelijke toename". Zijn er specifieke kwantitatieve KPI's of streefpercentages die VWS voor ogen heeft binnen die twee jaar?	We kunnen de doelstellingen niet kwantificeren. Per doelstelling willen we een significante stijging behalen. Huidige situatie is: Op dit moment heeft 20% van de kinderen binnen de doelgroep een keer een steunpunt bezocht.
113	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Hoe wordt 'weten' en 'het gesprek aangaan' concreet gemeten?	'Weten' wordt gecheckt via het campagne effect onderzoek. 'Het gesprek aangaan' meten we via registraties gesprekken bij steunpunten (DC: eens)

114	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Zijn er vanuit VWS vastgestelde kernboodschappen of richtlijnen over welke specifieke risico's en welke aspecten van effectiviteit van vroegtijdig ingrijpen gecommuniceerd moeten worden?	Nee, die zijn er niet. De relevantie van deze vraag ontgaat Aanbestedende dienst.
115	Beschrijvend Document - Pagina 25/Paragraaf 4.3	Hoe definieert de Rijksoverheid "wijken waar kwetsbare kinderen zich begeven".	Wijken waar kwetsbare kinderen zich begeven zijn wijken met veel kinderen uit de lage sociaal economische positie.
116	Beschrijvend document - 4.3, p.25	Ten aanzien van de tweede casus: de doelstellingen worden momenteel kwalitatief geformuleerd. Kunt u aangeven of deze doelstellingen nader kunnen worden geconcretiseerd, bijvoorbeeld door deze SMART te formuleren of te voorzien van meetbare KPI's, om een eenduidige interpretatie bij de uitwerking te waarborgen?	We kunnen de doelstellingen niet kwantificeren. Per doelstelling willen we een significante stijging behalen. Huidige situatie is: Op dit moment heeft 20% van de kinderen binnen de doelgroep een keer een steunpunt bezocht.
117	Beschrijvend document paragraaf 4.3 pagina 23	Welke additionele onderzoeken zijn er beschikbaar met betrekking tot merkonderzoek?	Het betreft een fictieve casus. Er wordt geen aanvullende informatie beschikbaar gesteld. Het staat u vrij uw eigen onderzoek te verrichten en aannames te doen.
118	Beschrijvend document paragraaf 4.3 pagina 25	Wat zijn de kwantitatieve Campagnedoelstellingen in deze? Graag uw toelichting.	We kunnen de doelstellingen niet kwantificeren. Per doelstelling willen we een significante stijging behalen. Huidige situatie is: Op dit moment heeft 20% van de kinderen binnen de doelgroep een keer een steunpunt bezocht.
119	Gesprek na indienen casus	Beschrijvend document pag 26. Krijgen alle inschrijvers de gelegenheid om toelichting te geven op de casus of is dit alleen op uitnodiging van DPC indien toelichting gewenst is?	Alle Inschrijvers krijgen een uitnodiging voor een toelichtingsgesprek.
120	Tooling	In hoeverre is het mogelijk tooling additioneel te belasten indien relevant voor Opdrachtgever?	In Bijlage E, hoofdstuk 4 staat beschreven wat de vergoeding is en wat er doorbelast mag worden. Indien u daar vragen over heeft, verzoeken wij u deze concreet te stellen ten behoeve van de tweede Nvl.
121	Beschrijvend document - 4.5, p.27	In paragraaf 4.5 van het Beschrijvend document wordt vermeld dat technische infrastructuurkosten buiten de opdracht vallen, op expliciet benoemde uitzonderingen na. Kunt u aangeven waar deze expliciet benoemde uitzonderingen zijn beschreven?	In 4.5 van het Beschrijvend document wordt niet gesteld dat technische infrastructuurkosten buiten de opdracht vallen, dit hoofdstuk gaat over tarieven. De uitzonderingen zijn beschreven in Bijlage E – hoofdstuk 4, onderdeel C.
122	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 – Beoordeling (beoordelingscommissie) Samenstelling beoordelingscommissie	Kunt u aangeven uit welke rollen/functies (bijv. opdrachtgever/contractmanagement, inhoudelijke experts, inkoop, juridisch, etc.) de beoordelingscommissie bestaat?	De exacte invulling van de beoordelingscommissie wordt niet gepubliceerd maar in ieder geval zullen er campagnemanagers en media inkoop zitting nemen in de beoordelingscommissie.

123	Beschrijvend document - paragraaf 5.1 - pagina 29	<p>In paragraaf 5.1 van het Beschrijvend document wordt aangegeven dat de beoordeling plaatsvindt door een beoordelingscommissie. Gezien de geraamde waarde van de opdracht het specialistische karakter van de subgunningscriteria (Proeven van Bekwaamheid met strategische mediastrategie-casussen) en het belang van een transparant en proportioneel beoordelingsproces, vragen wij u om Inschrijvers transparant inzicht te verstrekken in de functionele samenstelling van de beoordelingscommissie.</p> <p>Kunt u aangeven welke functies én welke disciplines in de beoordelingscommissie vertegenwoordigd zijn (bijvoorbeeld media-inhoudelijk, campagnemanagement, financieel, juridisch, contractmanagement, beleidsmatig)?</p> <p>Wij vragen nadrukkelijk niet om namen, maar uitsluitend om inzicht in de vertegenwoordigde functies en deskundigheden, zodat Inschrijvers hun inschrijving optimaal kunnen afstemmen op de beoordelingsfocus en interpretatieverschillen kunnen voorkomen.</p>	De exacte invulling van de beoordelingscommissie wordt niet gepubliceerd maar in ieder geval zullen er campagnemanagers en media inkoop zitting nemen in de beoordelingscommissie.
124	Uiterste ontvangst Inschrijfdatum	Op Tendered sub Planning / Details staat een uiterste inschrijfdatum van 12 mei < 17.00 vermeld. Echter in het beschrijvend document pag. 33 staat dinsdag 19 mei. Welke datum is correct?	De correcte datum is 19 mei. We zullen dit aanpassen in TenderNed.
125	Beschrijvend Document - Pagina 33/Paragraaf 6.5	Indienen inschrijving staat op 19 Mei in beschrijvend document, in Tendered op 12 Mei, graag bevestiging van de juiste datum en tijd	De correcte datum is 19 mei. We zullen dit aanpassen in TenderNed.
126	Beschrijvend Document - Pagina 33/Paragraaf 6.5	Is het correct dat er geen verdere formele inschrijving hoeft plaats te vinden voorafgaand aan de eigenlijke inschrijving/upload van documenten in Mei?	Ja, dat is correct.
127	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025Paragraaf 6.5 - "Planning van de Aanbesteding")	De paragraaf noemt als deadline voor inschrijving dinsdag 19 mei 2026, terwijl op Tendered 12 mei 2026 om 17:00 wordt aangegeven. Welke datum klopt?	De correcte datum is 19 mei. We zullen dit aanpassen in TenderNed.

128	Aanbestedingsprocedure / Planning & indiening inschrijving	In het Beschrijvend document wordt als (definitieve) indiendatum voor de inschrijving dinsdag 19 mei genoemd, terwijl in TenderNed dinsdag 12 mei staat. Kunt u bevestigen wat de definitieve sluitingsdatum en het exacte tijdstip voor het indienen van de inschrijving is, en welke datum leidend is bij tegenstrijdigheid tussen het Beschrijvend document en TenderNed?	De correcte datum is 19 mei. We zullen dit aanpassen in TenderNed.
129	Beschrijvend document §6.6 Organisatie DPC (route voor informatie/duiding)	Hoe ziet DPC er organisatorisch uit ziet.	Zie Dienst Publiek en Communicatie Ministerie van Algemene Zaken Rijksoverheid.nl
130	Beschrijvend document - 7.5, p.41	Kunt u bevestigen dat wanneer er een eventueel beroep op een onderaannemer gedaan gaat worden bij de uitvoering van de daadwerkelijke opdracht, het niet vereist is dit direct bij inschrijving mee te nemen, maar hiervoor ook na gunning nog toestemming voor kan worden gevraagd?	Ja dat klopt, alleen na toestemming van Opdrachtgever kan na gunning een Onderaannemer ingeschakeld over vervangen worden door Opdrachtnemer (artikel 6 ARVODI 2025). Als u nu al weet dat u een gedeelte van de opdracht door een Onderaannemer uit laat voeren en u geeft dat aan in uw UEA, dan is die toestemming niet nodig.
131	Beschrijvend document - 7.5, p.41	Kunt u verduidelijken welke vereisten gelden wanneer inschrijver voor de uitvoering van de daadwerkelijke opdracht gebruikmaakt van een onderaannemer (geen derde)? Is enkel het opnemen van de onderaannemer in de UEA vereist of dient er meer informatie te worden verstrekt?	Enkel het opnemen van de Onderaannemer in de UEA is vereist.
132	Beschrijvend Document - Pagina 42/Paragraaf 8.3	Beschrijvend document spreekt van BBN2, Raamovereenkomst BBN3, wat is hier juist?	BBN2 is van toepassing.
133	Beschrijvend Document	Maakt DPC ook gebruik van modeling om causale verbanden tussen mediainzet en resultaat in kaart te brengen? Indien ja, welke inzichten levert dit op.	Opdrachtnemer voert geen media modelling uit, een enkele Nadere Opdrachtgever mogelijk wel. Er zijn geen inzichten beschikbaar om te delen.
134	Bijlage 1 - UEA - combinaties en onderaanneming	Hoe wilt u dat de rolverdeling en verantwoordelijkheden tussen penvoerder en combinanten wordt toegelicht in het UEA en de inschrijving?	U kunt een beknopte beschrijving opnemen in deel II A -wijze van deelneming. Dit hoeft niet uitgebreid. Volg de instructie in het UEA.
135	Prijsopgavenformulier v1.0	De rol van Print Consultant lijkt te missen in het prijsopgaven formulier. Kan deze worden toegevoegd, of kunt u aangeven onder welke bestaande rol dit specialisme het beste kan worden ondergebracht?	Deze rol zal worden toegevoegd.
136	Bijlage 3 – Prijsopgavenformulier (instructie)	Er worden uurtarieven gevraagd én een fee. Betekent dit dat de bureaubeloning hybride is? Kunt u aangeven welke werkzaamheden binnen de fee vallen?	Ja er is een vergoeding op basis van uurtarieven en een mediafee. In de fee vallen alle werkzaamheden voor media-uitvoering (tenzij

			anders aangegeven in de aanbestedingsstukken). Zie Bijlage E – Opdrachtoomschrijving, hoofdstuk 4.
137	Bijlage 3 – Prijsopgavenformulier – PvE, VG.1 Fee media-uitvoering: definitie en grondslag	Kunt u bevestigen dat de “Fee media-uitvoering” een percentage is (bandbreedte 0,02–0,08) en kunt u de grondslag “reguliere netto/netto mediabestedingen” exact definiëren?	Ja, fee media-uitvoering is een percentage. Onder netto/netto media-omzet wordt verstaan: de mediabestedingen na aftrek van alle kortingen en voor btw-heffing. Zie Bijlage E – Opdrachtoomschrijving, hoofdstuk 2.3.
138	Bijlage 3 – Prijsopgavenformulier (instructie) Invulinstructie & ondertekening prijsopgave	Kunt u bevestigen dat uitsluitend alle geel gearceerde cellen ingevuld moeten worden, dat de Excel niet ondertekend hoeft te worden en dat de PDF-versie wél rechtsgeldig ondertekend moet zijn?	Ja, dat bevestigen wij.
139	Servicecenter (Marktconsultatiefase: Bijlage A concept opdrachtoomschrijving, pagina 19 van 21)	In de Marktconsultatiefase werd in het document “Bijlage A concept opdrachtoomschrijving” benoemd dat uitgangspunt is dat met deze werkzaamheden zo’n duizend uur per jaar gemoeid is. Dat lijkt ons aan de lage kant. Wat kunt u hierover vertellen?	Over de bijlagen die gepubliceerd zijn tijdens de marktconsultatie beantwoorden we geen vragen meer. De werkzaamheden voor het Servicecenter zijn benoemd in Bijlage E hoofdstuk 2.3.5. Als u daar concrete vragen over heeft, verzoeken wij u deze te stellen ten behoeve van de tweede Nvl.
140	Bijlage 3 - Prijsopgavenformulier v1.0	Het formaat van cel F50 in dit formulier is momenteel ingesteld op Euro. Wij gaan ervan uit dat dit een percentage moet zijn. Is het toegestaan om dit zelf aan te passen?	Dank, er hoort inderdaad een percentage te staan. Nee, wij zullen een nieuwe Bijlage 3 – Prijsopgavenformulier publiceren.
141	Bijlage 3 - Prijsopgavenformulier v1.0 - indexatie	Op welke wijze en met welke frequentie mogen tarieven volgens u worden geïndexeerd gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst?	De eerste twee alinea’s van 3.3 (<i>De overeengekomen ... tot en met ingaande per 1 mei 2028</i>) wordt vervangen door: <i>De overeengekomen maximumtarieven staan vast tot en met 31 december 2028. Daarna worden de overeengekomen tarieven éénmaal per 12 maanden geïndexeerd. De eerste indexatie kan plaatsvinden ingaande 1 januari 2029. De fee voor de media-uitvoering kan niet worden geïndexeerd en staat vast gedurende de looptijd van Raamovereenkomst.</i> De peilmaand ten behoeve van het bepalen van de indexatie is nu februari, deze wordt gewijzigd in oktober.
142	Bijlage 3 - Prijsopgavenformulier v1.0 - evaluatieprijs	Kunt u toelichten hoe de ingevulde tarieven worden omgerekend naar de evaluatieprijs binnen het BPKV-model?	Er ontstaat een inschrijfprijs, aan die inschrijfprijs worden volgens een formule punten toegekend (er wordt een nieuw prijsopgaveformulier gepubliceerd waarin wijzigingen worden doorgevoerd). Zie Beschrijvend document hoofdstuk 5.3 en 5.4.

143	Bijlage 3 - Prijsopgavenformulier, Cel F50	In het Excel-formulier voor de prijsopgave lijkt een cel (F50) waarin een percentage dient te worden ingevuld niet als percentage te zijn geformatteerd. Kunt u aangeven of inschrijvers dit zelf dienen aan te passen, of dat hiervoor een aangepaste versie van het formulier zal worden verstrekt?	Dank, er hoort inderdaad een percentage te staan. Nee, wij zullen een nieuwe Bijlage 3 – Prijsopgavenformulier publiceren.
144	Excel sheet	Cel F50 Als er een getal wordt ingevuld ontstaat er een € teken. Dit is op deze plek niet logisch. Kunt u dit aanpassen of uitleggen waarom hier een € getal ingevuld moet worden?	Dank, er hoort inderdaad een percentage te staan. Nee, wij zullen een nieuwe Bijlage 3 – Prijsopgavenformulier publiceren.
145	Verrekening tooling	In hoeverre en op welke wijze is tooling/ zijn tools (u noemt ter illustratie bijvoorbeeld in de casus tools als Giant en LinkedIn Talent) door Opdrachtnemers te verrekenen?	Nee, deze data ter ondersteuning of onderbouwing van media adviezen zijn niet door te belasten. Net als NMO data dat niet zijn.
146	Bijlage 4 - Referentieverklaring v1.0	Er wordt gevraagd om een uitgebreide omschrijving van de referentieopdracht, waaruit blijkt dat deze referentieopdracht voldoet aan de gestelde eisen. Zijn er beperkingen op de lengte of vorm van het antwoord op deze vraag?	Nee er zijn geen beperkingen.
147	Bijlage 5 - Holdingverklaring v1.0 - ondertekening	Accepteert u digitale ondertekening van de holdingverklaring, of is een natte handtekening vereist bij inschrijving?	Een natte, gescande of een digitale/elektronische handtekening zijn allemaal geldig.
148	Bijlage D – PvE, DV.1 Operationeel per 16-11-2026 en 01-01-2027 Bijlage D – PvE, DV.23 Capaciteitsvolume	Kunt u aangeven of “circa 4.000 nadere opdrachten (procuraties) per jaar” een harde minimale capaciteitseis is en of dit volume een historische indicatie betreft of een prognose voor de komende contractperiode?	<p>“Circa 4.000 nadere opdrachten per jaar” betreft geen harde minimale capaciteitseis en geen gegarandeerd volume. Het genoemde aantal is gebaseerd op historische ervaring en dient uitsluitend als indicatie. Aan deze indicatie kunnen geen rechten worden ontleend.</p> <p>Het daadwerkelijke aantal nadere opdrachten kan gedurende de contractperiode hoger of lager uitvallen. Van de Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij, ongeacht het feitelijke volume, in staat is de werkzaamheden conform de overeenkomst uit te voeren."</p>
149	Bijlage D – PvE, DV.1 Operationeel per 16-11-2026 en 01-01-2027	Kunt u specificeren welke minimale processen/systemen uiterlijk 16 november 2026 gereed moeten zijn om orders voor 2027 te accepteren/verwerken/inkopen, en wat onder “volledig operationeel per 1 januari 2027 00:00” concreet wordt verstaan?	In DV.1 staat Opdrachtgever moet vanaf 16 november 2026 in staat zijn om orders van Nadere opdrachtgevers voor 2027 te accepteren, verwerken en inkopen. Dit moet zijn <u>Opdrachtnemer</u> moet vanaf 16 november 2026 in staat zijn om orders van Nadere opdrachtgevers voor 2027 te accepteren, verwerken en inkopen. Welke processen/systemen Opdrachtnemer gebruikt is aan de Opdrachtnemer zelf. Met volledig operationeel zijn wordt bedoeld dat Opdrachtnemer de dienstverlening volgens de Overeenkomst levert.

150	"In het PvE staat alleen dát er "een koppeling mogelijk [is] met de ATS van de Nadere opdrachtgever" Bijlage D - PvE v1.0.pdf . Welke ATS-systemen worden niet gespecificeerd in de context." ATS-koppelingen recruitmentmarketingplatform	Kunt u aangeven om welke ATS-systemen het gaat waarmee het recruitmentmarketingplatform een koppeling heeft voor de Nadere opdrachtgevers?	Er zijn meerdere ATS-systemen in gebruik: SAP Succesfactors, Ubeoo, Emply, HROffice, Jobylon, Carerix, Recrutee, Bullhorn, Easycruit.
151	Bijlage D – PvE v1.0.pdf (Programma van Eisen), eis DV.27 Eisen aan ad server (acceptatie door preferred exploitanten)	Kunnen we een lijst ontvangen met de preferred exploitanten van de Rijksoverheid?	Opdrachtgever werkt niet met een vooraf vastgestelde preferred lijst voor admanagement en ad server systemen. De selectie van een admanagement en ad server systeem maakt onderdeel uit van de adviserende rol van de Opdrachtnemer, binnen de in de aanbestedingsdocumenten beschreven eisen en wensen. Opdrachtgever behoudt zich het recht voor om voorstellen te toetsen aan deze kaders.
152	Bijlage D - Programma van Eisen, paragraaf DV.31,	In de aanbestedingsdocumenten wordt verwezen naar het Recruitmentmarketing Platform en de verwerking van vacature- en jobboardplaatsingen door diverse Nadere opdrachtgevers. Ten behoeve van een juiste inschatting van de benodigde schaal en inrichting van deze dienstverlening verzoeken wij u aan te geven of u een indicatie kunt geven van het gemiddelde jaarlijkse volume aan vacature- of jobboardplaatsingen binnen de Rijksoverheid, alsmede een globale indicatie van het aantal betrokken organisatieonderdelen dat deze opdrachten in de praktijk indient.	Ja, in aanvulling op de Historische gegevens mediadienstverlening v1.0: <ul style="list-style-type: none"> • aantal jobboardprocuraties is 2000 • volume is 5 miljoen excl btw. • van alle mediadebiteuren plaatste 23% vacatures op jobboards.
153	Bijlage D - Programma van Eisen - DV31	"Opdrachtgever levert een publicatie tool [...]". Als deze tool extern wordt ingekocht bij een partij, kunt u dan bevestigen dat deze partij een onderaannemer is die bij inschrijving in de UEA opgegeven dient te worden?	Als Opdrachtnemer deze tool levert in zijn dienstverlening (dus Opdrachtnemer schakelt met (Nadere) Opdrachtgever, Opdrachtnemer is aanspreekpunt enz, dan hoeft u deze partij niet op te voeren als Onderaannemer. Als de leverancier van de tool in opdracht van Opdrachtnemer en onder verantwoordelijkheid van Opdrachtnemer deze tool gaat leveren (dus (Nadere) Opdrachtgever moet zelf schakelen met deze leverancier van de tool, de leverancier van de tool vervangt dus voor

			dit gedeelte de Opdrachtnemer), dan moet deze wel opgevoerd worden als Onderaannemer.
154	Bijlage D – PvE v1.0 - Paragraaf: OP.1	In de aanbestedingsdocumenten wordt aangegeven dat Opdrachtnemer altijd voldoende capaciteit beschikbaar moet hebben om opdrachten tijdig te kunnen uitvoeren (bijv. PvE, OP.1). Kunt u toelichten of DPC hierbij specifieke richtlijnen of normen hanteert voor de maximale inzet of belasting per individuele consultant of specialist? Of staat het Opdrachtnemer vrij om de interne personele inzet naar eigen inzicht te organiseren, zolang de gevraagde kwaliteit en doorlooptijden worden geborgd?	<p>Nee, Opdrachtgever hanteert geen specifieke richtlijnen of normen voor de maximale inzet of belasting per individuele consultant of specialist.</p> <p>Ja, het staat Opdrachtnemer vrij om de interne personele inzet naar eigen inzicht te organiseren, mits te allen tijde wordt voldaan aan de in de aanbestedingsdocumenten gestelde kwaliteitseisen, doorlooptijden en serviceniveaus.</p> <p>De verantwoordelijkheid voor het beschikbaar hebben en inzetten van voldoende capaciteit ligt bij de Opdrachtnemer.</p>
155	Bijlage D – PvE v1.0 - Paragraaf: OP.1	In de aanbestedingsstukken worden geen expliciete responstijdeisen genoemd voor perioden van piekbelasting. Kunt u aangeven of DPC hiervoor prestatieverwachtingen hanteert?	<p>In de aanbestedingsstukken zijn geen afzonderlijke responstijdeisen voor perioden van piekbelasting opgenomen. Opdrachtgever hanteert hiervoor geen aanvullende prestatieverwachtingen bovenop de reeds beschreven eisen.</p> <p>Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij zijn organisatie zodanig inricht dat ook bij de historisch bekende najaarperioden van maandenlange verhoogde werkdruk de overeengekomen kwaliteit, doorlooptijden en dienstverlening wordt geborgd.</p>
156	Bijlage D - Programma van eisen, Ingangsdatum indexering, p.22,6	In de aanbestedingsdocumentatie worden voor de start van de eerste indexering verschillende data genoemd: 1 mei 2028 in de Concept Overeenkomst en 1 januari 2029 in het PvE. Kunt u bevestigen welke datum leidend is?	Leidende datum is 1 januari 2029, zoals terug te vinden in het PvE. Een gecorrigeerd Concept Overeenkomst is bijgevoegd.
157	"De eis "vergoeding op basis van een vast bedrag per maand voor kleine adviezen... niche titels jobboards... social media orders zonder advies..." staat in het PvE Bijlage D - PvE v1.0.pdf . De hoogte (€ 5.000) en een expliciete	Voor het deel van de werkzaamheden vanuit het DPC Servicecenter dat ziet op advisering over de keuze van niche jobboards en ondersteuning bij orders zonder advies (inclusief social media), ontvangt de Opdrachtnemer een vaste maandelijkse vergoeding van € 5.000,- excl. btw. Wij gaan ervan uit dat deze vergoeding losstaat van eventuele handling fees voor de uitvoering van opdrachten. Is deze aanname correct?	<p>Deze aanname is correct. Naast de vaste maandelijkse vergoeding voor consultancy (klein advies) geldt de fee voor de media-uitvoering.</p> <p>Handling is media-uitvoering en valt daarmee onder de fee voor media-uitvoering.</p> <p>Toegevoegd wordt aan Opdrachtomschrijving pagina 25: Bij "Eisen uitvoeren media-orders:"</p>

	duiding “los van handling fees”		“Opdrachtnemer verzorgt de handling van de campagnes en de losse plaatsingen.”
158	Bijlage D – PvE, VG.1 Vergoedingsmodel & nacalculatie	Kunt u toelichten welke werkzaamheden/administratie-eisen onder “aanvullende eisen voor de administratie ... op basis van nacalculatie” vallen en hoe deze nacalculatie wordt afgerekend (tariefsoort/urenstaat/goedkeuringsproces)?	Administratie is media-uitvoering en valt daarmee onder de fee voor media-uitvoering. Grote wijzigingen in de media administratie processen of -rapportages kunnen als project begroot worden op uren basis.
159	"Het PvE noemt wél dat er een “vast bedrag per maand” is voor deze categorie werkzaamheden Bijlage D - PvE v1.0.pdf , maar geeft geen rekenmethodiek of onderbouwing en ook geen bedrag in de aangeleverde context." Onderbouwing vaste maandvergoeding	Kunt u toelichten op welke wijze de vaste vergoeding van € 5.000,- excl. btw per maand tot stand is gekomen?	De historie leert dat kleine adviezen te klein zijn voor consultancy projecten en te groot om onder media-uitvoering te vallen. Op basis van de historische data (gemaakte uren) is deze vaste personeelsvergoeding voor dit type Nadere Opdrachten tot stand gekomen.
160	Bijlage D: evaluatie-eisen + verwijzing naar onderzoeken vanaf budgetdrempel (€250k) en dataset-aanlevering Effectmetingen: scope en kosten	Kunt u bevestigen of effectmetingen/onderzoek (door onderzoeksbureau) binnen scope/budget van de opdracht vallen of door DPC/een andere partij worden opgepakt? In PvE staat dat DPC Communicatieonderzoek campagnes (o.a. voorlichtingscampagnes) vanaf €250.000 onderzoekt en dat opdrachtnemer hiervoor datasets aanlevert—kunt u verduidelijken of hier extra kosten aan verbonden zijn en waar die landen?	Het onderzoek van campagnes in opdracht van de Nadere Opdrachtgever DPC Communicatieonderzoek valt buiten scope/budget van de opdracht en wordt door een andere partij opgepakt.
161	"PvE: AVG-proof vendor IDs; data transparantie/log-level Bijlage D - PvE; zelfplaatsers context" Retargeting/remarketing & pixeling	Kunt u aangeven binnen welk kader (organisatiebeleid + wet- en regelgeving) retargeting/remarketing is toegestaan binnen deze dienstverlening, incl. sequential targeting en gebruik van pixels? Zijn er verschillen in kaders tussen zelfplaatsers en full service trajecten?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk .
162	Bijlage D - PvE v1.0	Kunt u aangeven óf en, zo ja, bevestigen welke beperkingen gelden voor het gebruik van externe databronnen (zoals marktdata, benchmarkdata of andere third-party	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk .

		optimalisatiedata) voor campagne-optimalisatie binnen de Opdracht?	
163	Bijlage E - 4.b	wat wordt er precies bedoeld met 'niet-volume gebonden voordelen uit de uitvoering van de Opdracht'?	<p>Onder niet-volume gebonden voordelen worden verstaan alle voordelen met een economische waarde die niet rechtstreeks zijn gekoppeld aan afnamevolume of omzet, maar die Opdrachtnemer verkrijgt als gevolg van bijvoorbeeld maar niet uitsluitend:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) de uitvoering van de Opdracht; 2) de positie van Opdrachtgever; 3) de positie van Opdrachtnemer; 4) de samenwerking met leveranciers of derden binnen het kader van de Opdracht. <p>Opdrachtnemer is gehouden dergelijke voordelen volledig te melden, transparant te maken en – indien van toepassing – financieel door te belasten of toe te rekenen aan Opdrachtgever.</p>
164	Bijlage E - Pagina 6	Google Ads Manager Account: alleen voor SEA Campagnes of wordt er o.a. gebruik gemaakt van Demand Gen, Pmax?	<p>Alle software nodig voor de uitvoering van de Nadere Opdrachten kan Opdrachtnemer inzetten na afstemming met Opdrachtgever. Alle vragen over wet- en regelgeving en AI-beleid zijn als de samenwerking is gestart nader uit te werken.</p>
165	"Zelfplaatsers": uitvoering kan starten via "A. Door middel van een directe order (zelfplaatsers)". "Klein advies": in de Servicecenter-paragraaf worden voorbeelden genoemd (o.a. hulp bij titelkeuze/verificatie; uitvoeringsadvies bij social media) . P	Wat verstaat u onder zelfplaatsingen en kleine adviezen, kunt u dit toelichten?	<p>Bijlage E: Opdrachtomschrijving Wat onder zelfplaatsingen verstaan wordt, is beschreven in de eerste alinea van bijlage III van de Opdrachtomschrijving 'Mediaorders zonder advies'.</p> <p>Wat onder kleine adviezen valt, staat in bijlage III van de Opdrachtomschrijving 'Mediaorders zonder advies' beschreven onder de kop 'Extra uitvoeringstaken Servicecenter en sub-kop 'Uitvoeringsadviezen'.</p>
166	Debrief bevat taak-/rolverdeling + samenwerkingsvormen Rolverdeling met creatief/PR/onderzoek	Kunt u toelichten welke taak- en verantwoordelijkheidsverdeling u verwacht bij samenwerking met creatief bureau/PR/onderzoek binnen Nadere Opdrachten (en of u een voorkeursvorm heeft: "media eerst", "creatie eerst" of "driehoek")?	<p>Bijlage E: Opdrachtomschrijving De keuze voor "media eerst", "creatie eerst" of een driehoeksmodel is situatieafhankelijk en wordt per Nadere Opdracht bepaald door de Nadere opdrachtgever.</p>
167	Bijlage E - Pagina 12	Heeft DPC technische voorkeuren wat betreft geautomatiseerde uitwisseling van data? Welke voorkeuren zijn dit?	Nee, DPC heeft geen technische voorkeuren voor geautomatiseerde uitwisseling van data.

168	Bijlage E - Pagina 19	Factureren we aan DPC zelf het volledige bedrag van geaccordeerde opdracht of alleen de op de betreffende opdracht binnengekomen exploitant facturen?	Alleen de op de betreffende opdracht binnengekomen exploitant facturen. Daarnaast ook de DPC fee.
169	Bijlage E Opdrachtoomschrijving Mediadienstverlening 2025 - Pagina 19	Opdrachtbevestiging door opdrachtgever (alinea onderin de pagina) De procedure voor de bevestigingen worden nader bepaald, geeft u aan. U vermeldt: op dit moment gaat de opdrachtgever wekelijks akkoord aan de hand van een e-mail waarin alle opdrachten van het gehele jaar staan vermeld? Kunt u de praktijk nader toelichten of aangeven of deze werkwijze ook in de toekomst gewenst is.	De beschreven werkwijze betreft de huidige praktijk en is prima, alleen is het geen vaststaand uitgangspunt voor de toekomstige samenwerking. Opdrachtgever hecht aan een efficiënte en transparante accorderingsprocedure en staat open voor voorstellen van Opdrachtnemer die hieraan bijdragen. De nadere uitwerking wordt na gunning gezamenlijk afgestemd.
170	Bijlage E (+Beschr doc) - 24 (22)	Dashboard Architectuur: Wordt er één centraal, overkoepelend dashboard verwacht voor DPC met daarin data van alle Nadere opdrachtgevers, of wordt er een modulaire opzet verwacht met aparte dashboards per entiteit?	Opdrachtgever verwacht managementrapportages, zie bijlage E: Opdrachtoomschrijving 3.5 Managementrapportages. Beide data verzamelingen zijn vereist. Of data opgeleverd moeten worden als rapportage/draaitabel/dashboard is afhankelijk van de wensen en eisen. Opdrachtgever verwacht overkoepelende data, Nadere Opdrachtgevers verwachten alleen eigen data. Een modulaire opzet per entiteit is mogelijk.
171	Bijlage E (+Beschr doc) - 24 (22)	Integratie Externe Databronnen: In hoeverre wordt verwacht dat het dashboard data kan integreren van bronnen buiten de mediaplatforms? Denk aan website analytics (bijv. Google Analytics van Rijksoverheid.nl), data uit effectmetingen, of zelfs 1st party data van specifieke ministeries.	Alles wat niet beschreven staat met betrekking tot integratie extern databronnen wordt na gunning of na ingang contract nader afgestemd. Primair gaat het om mediaplatform databronnen. Integratie van externe databronnen is maatwerk en mogelijk een verwachting bij Nadere Opdrachtgevers.
172	Bijlage E (+Beschr doc) - 24 (7)	Gebruikersprofielen: Wie zijn de beoogde eindgebruikers van de dashboards (strategen bij DPC, campagnemanagers bij ministeries, financiële controllers)? Welke verschillende views of autorisatieniveaus moeten worden voorzien?	De eindgebruikers van de rapportages/dashboards/draaitabel zijn Opdrachtgever voor collectieve zaken en Nadere opdrachtgevers voor de individuele zaken. Opdrachtgever heeft inzage in alle data, Nadere opdrachtgevers alleen inzage op data die betrekking hebben op hun deel van de data.
173	Bijlage E - Pagina 23	Wordt er ook geadverteerd op Microsoft Ads, en zo ja, staat dit ingericht als een MCC?	Indien van toepassing komt dit terug in de overdracht.
174	Pagina 23 (onder 2.3.8)	5e punt. Wordt hier bedoeld opdrachtnemer of opdrachtgever?	5 ^e bullet Opdrachtgever moet Opdrachtnemer zijn. Ook bij het 6 ^e punt op deze pagina is Opdrachtnemer onjuist, dit wordt gecorrigeerd naar Opdrachtnemer.
175	Bijlage E - Pagina 33	Benchmarking: gebruiken hiervoor bestaande benchmarking die al is opgebouwd, of bouwen we een nieuwe benchmark?	Op pagina 33 van bijlage E staat niet het woord benchmarking. Graag de vraag concretiseren in Nvl 2.

176	Bijlage E - bijlage VI - Pagina 53	Kan een procuratie een uit meerdere pagina's bestaand document zijn, vanuit verschillende bronnen samengesteld, maar wel onlosmakelijk als één document aangeboden?	Ja, dat kan.
177	Bijlage E - Bijlage III - Pagina 45	Wie is verantwoordelijke voor financial & campagne reporting en optimalisaties t.b.v. campagne resultaten voor dergelijke opdrachten?	Opdrachtschrijving bijlage III MEDIAORDERS ZONDER ADVIES (Zelfplaatser). Voor Financial is Opdrachtnemer verantwoordelijk, voor campagne reporting en optimalisaties is Nadere Opdrachtgever verantwoordelijk.
178	Bijlage E - Pagina 43	Heeft DPC een uniforme manier van campagne tagging & heeft DPC hier een bepaalde tool voor?	Nee. De wensen en eisen rond campagne tagging liggen bij de Nadere Opdrachtgevers.
179	Bijlage E - Pagina 43	Hoe wordt de kwaliteit van campagne tagging gewaarborgd?	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor de kwaliteit van campagnetagging. Opdrachtnemer mag zeker streven naar uniformiteit, standaardisering en automatisering, dit zal de kwaliteit van de mediadienstverlening ten goede komen.
180	Bijlage E - Pagina 43	Wat zijn de mogelijkheden rondom het meten van campagnes buiten Piwik om via bijv. pixels / scripts van advertentie platformen?	Zie hier voor informatie wat wel en niet mag Home CommunicatieRijk en in het bijzonder: Privacyproof en effectief campagne voeren CommunicatieRijk .
181	Bijlage E - Pagina 43	Maakt DPC gebruik van (externe) tooling om de continuïteit van (piwik) metingen te waarborgen?	Per Nadere Opdrachtgever is er webanalyse software in gebruik. Opdrachtgever heeft voor het collectief geen webanalyse software in gebruik.
182	Bijlage E - Bijlage II - Pagina 44	Wat wordt er exact verstaan onder AI- geletterdheid? Worden hier externe certificeringen/opleidingen verwacht?	Opdrachtschrijving bijlage II INZET EN GEBRUIK VAN AI
183	Bijlage E - Pagina 55	Is de DPC-fee berekening met betrekking tot BTW voor alle nadere opdrachtgevers gelijk?	Ja.
184	Bijlage E – §1 Rolverdeling + Bijlage D – DV.17 + Bijlage D (rapportage segmentatie per Nadere opdrachtgever) Aantal opdrachtgevers + volume/spreiding opdrachten	Er wordt gesproken over 4000 opdrachten per jaar. Kan er iets meer duiding gegeven worden over hoe deze aantallen zich verhouden tot de verschillende opdrachtgevers die er gaan zijn.	Zie bijlage IV Historische gegevens mediadienstverlening. Per rijksoverheid organisatie zijn er meerdere mediadebiteuren. Een mediadebiteur is een Nadere Opdrachtgever. Het aantal opdrachten kan jaarlijks verschillen.
185	"Bijlage E: noemt samenwerking/kennisdeling met “andere deelnemers aan het contract” en kwaliteitsafspraken, maar geen concrete lijst van	Met welke andere (creatieve) bureaus werkt DPC samen.	Nadere Opdrachtgevers kiezen hun eigen creatieve bureau. Dit verschilt van reclamebureau tot arbeidsmarkt communicatiebureau tot pr-bureau.

	(creatieve) bureaus of mate van samenwerking Bijlage E - Opd...g v1.0.pdf" Samenwerking met andere (creatieve) burea		
186	Bijlage E	Maakt DPC intern gebruik van dashboarding? Zoja, welk(e) BI platform(en) en waarom deze keuze/voorkeur? Indien ja, welke gegevens worden hierin gemonitord,	Opdrachtgever heeft zelf geen intern dashboard. Opdrachtgever verwacht managementrapportages, zie bijlage E: Opdrachtomschrijving 3.5 Managementrapportages. Opdrachtgever heeft geen voorkeur op technisch niveau, alleen op functioneel niveau. Of data opgeleverd moeten worden als rapportage/draaitabel/dashboard is afhankelijk van de wensen en eisen. Opdrachtgever verwacht overkoepelende data, Nadere Opdrachtgevers verwachten alleen eigen data.
187	Bijlage E - Pagina 40	Definitie Kwalitatieve Impressie (kCPM): De term 'kCPM' (kosten per duizend kwalitatieve impressies) wordt genoemd. Kan DPC de exacte, meetbare parameters specificeren die een impressie als 'kwalitatief' definiëren? (Bijv. minimale viewability %, specifieke brand safety floor, % in-target audience, afwezigheid van fraude).	Minimaal IAB benchmark voor viewability, fraud en brand safety, verder afhankelijk van te benutten validerende software welke in overleg met Opdrachtgever nader is in te richten.
188	Bijlage E - Pagina 40/49	Meting Effectdoelstellingen (Kennis, Houding, Gedrag): Hoe ziet DPC de methodologie voor het meten van effectdoelstellingen voor zich? Wordt er een vaste (of voorkeurs-)onderzoekspartner voorgeschreven voor brand lift studies, of wordt van de opdrachtnemer verwacht hier een voorstel voor te doen per campagne?	Campagne Effectonderzoek valt buiten scope en Nadere Opdrachtgevers brengen dit doorgaans naar eigen voorkeur onder bij externe onderzoeksbureaus. Zo is er voor een deel van de Nadere Opdrachtgevers een raamovereenkomst campagne effectonderzoek. Als een enkele Nadere Opdrachtgever dit wil beleggen bij Opdrachtnemer dan is dit mogelijk net als het afnemen van brandliftstudies gedaan door media-exploitanten.
189	Bijlage E - Pagina 224	Data Granulariteit & Real-time: Welk niveau van granulariteit wordt er in de dashboards verwacht (bijv. per campagne, per kanaal, per uiting, per plaatsing)? En wat is de definitie van 'real-time' in deze context (bijv. dagelijkse refresh, uurlijkse refresh, live API-koppeling)?	Bijlage E – Opdrachtomschrijving pagina 4, 28, 51 Afhankelijk van het doel van de draaitabel/rapportage/dashboard komen Opdrachtgever en/of Nadere Opdrachtgever met Opdrachtnemer de wenselijke mate van Granulariteit overeen. Minimale granulariteit is per campagne met een dagelijkse refresh.
190	Bijlage E - 11.1- VG5	hierin is bepaald dat Opdrachtnemer per direct capaciteiten etc moet leveren in geval van crisis. In de PvE (VG.5) wordt dit verder aangevuld, maar wat gebeurt er als Opdrachtgever niet akkoord gaat met de kosten?	Bijlage D – PvE DV.1 en VG.5 Alleen kosten waarop akkoord is gegeven kunnen in rekening worden gebracht.

191	Verwerkersovereenkomst ARVODI-2025 - par 8.2	Is er een mogelijkheid tot redelijke vergoeding voor de ondersteuning van de opdrachtnemer bij de verzoeken van de opdrachtgever?	Nee, die mogelijkheid is er niet.
192	Verwerkersovereenkomst ARVODI-2025 - par 11.2	Kan de Opdrachtgever er mee in stemmen dat een audit op de verwerkingsactiviteiten maximaal 1x per jaar mag plaatsvinden?	Nee, daar gaan wij niet mee akkoord. Opdrachtgever wil de ruimte behouden om de audit (te laten) uit (te) voeren als concrete omstandigheden daartoe aanleiding geven.
193	Verwerkersovereenkomst ARVODI-2025 - bijlage 3	Uit bijlage 3 volgt dat datalekken onmiddellijk dienen te worden gemeld aan de Opdrachtgever. Hoe verhoudt deze verplichting zich tot het bepaalde in artikel 9 van de Verwerkersovereenkomst, waarin staat dat Opdrachtnemer "zonder onredelijke vertraging" Opdrachtgever dient te informeren over een datalek?	Opdrachtnemer dient Opdrachtgever datalekken, of mogelijke datalekken onmiddellijk te melden aan Opdrachtgever. Hetgeen gespecificeerd in Bijlage 3 van de verwerkersovereenkomst prevaleert boven het algemeen geformuleerde artikel 9.
194	Bijlage F - Concept verwerkersovereenkomst v1.0 – Art. 4	Kunt u bevestigen dat het op basis van de Verwerkersovereenkomst (Bijlage F) niet is toegestaan persoonsgegevens van verschillende departementen te combineren tot één centrale datalaag voor alle campagnes?	Het is aan de Opdrachtnemer om conform geldende wetgeving en de voor deze aanbesteding gestelde informatiebeveiligings- en privacy eisen te werken. Voor de goede orde wijzen wij erop dat er specifieke eisen zijn gesteld voor onder andere de doelbinding, opslag en vernietiging van persoonsgegevens.
195	Verwerkersovereenkomst ARVODI-2025	Worden affiliates binnen de eigen groep van de Opdrachtnemer ook gezien als sub-verwerkers en om die reden uitgesloten voor inzet?	Ja, deze worden ook gezien als sub-verwerkers. In de verwerkersovereenkomst is abusievelijk een woord weggefallen in bijlage 1, de zinsnede onder 'Subverwerkers' hoort eigenlijk te zijn "Verwerkingsverantwoordelijke heeft Verwerker (nog) géén toestemming gegeven voor het inschakelen van Subverwerkers." Het is dus mogelijk om subverwerkers in te zetten, maar dit moet eerst worden voorgelegd. Eventuele subverwerkers dienen door de Opdrachtnemer van tevoren te worden gecommuniceerd. Een opsomming hiervan wordt vervolgens in bijlage 1 opgenomen van de verwerkersovereenkomst.
196	Verwerkersovereenkomst ARVODI-2025	De meeste social media platformen en DSP's positioneren zichzelf als joint controller en voor bepaalde processen als sub-verwerker. Hoe verhoudt in deze de verwachting van de Opdrachtgever dat geen subverwerkers mogen worden ingezet zich tot de eis aan de Opdrachtnemer om over een digitale infrastructuur te beschikken? Graag uw toelichting.	Het is mogelijk om subverwerkers in te zetten, maar dit moet eerst worden voorgelegd. Eventuele subverwerkers dienen door de Opdrachtnemer van tevoren te worden gecommuniceerd. Een opsomming hiervan wordt vervolgens in bijlage 1 opgenomen van de verwerkersovereenkomst.
197	Bijlage G – Verantwoordingsformulier SR (anonimiseren +	Kunt u bevestigen dat anonimisering met fictieve naam/nummer in de kolom "Persoon" volstaat en kunt u toelichten welke mate van afscherming acceptabel is bij de jaarlijkse extra controle	Dat bevestigen wij. Indien bij een controle gevraagd wordt om deels afgeschermdde arbeidsovereenkomsten zal worden aangegeven wat er wel en niet afgeschermd mag worden.

	controle) Anonimiseren "Persoon" + controle	waarbij deels afgeschermdde arbeidsovereenkomsten kunnen worden opgevraagd?	
198	"Bijlage E: definitie Nadere opdrachtgevers ("ledere deelnemende organisatie... kan bestaan uit verschillende organisatieonderdelen...") (geen departementenlijst) Bijlage E - Opd...g v1.0.pdf" Scope / deelnemers / procesvarianten	Wat valt hier allemaal onder? Welke departementen zijn er allemaal en hebben we hier rekening te houden met verschillende processen?	Alle organisaties die vallen onder de Staat der Nederlanden zijn deelnemer aan deze Overeenkomst . Tot de Staat der Nederlanden behoren alle ministeries, de gerechten, de Hoge Colleges van Staat en de zelfstandige bestuursorganen (zbo's) zonder eigen rechtspersoonlijkheid. Met de tweede Nota van Inlichtingen zal Bijlage H gepubliceerd worden. Zie ook Register van Overheidsorganisaties . Onderdelen van de Staat der Nederlanden kunnen anders georganiseerd zijn en u kunt inderdaad te maken krijgen met verschillende processen.
199	Bijlage H	Beschrijvend document Pag 4: Bijlage H is vervallen. Op pag 6 staat: In bijlage H is de lijst van deelnemers opgenomen. Kunt U deze lijst alsnog toevoegen?	Alle organisaties die vallen onder de Staat der Nederlanden zijn deelnemer aan deze Overeenkomst . Tot de Staat der Nederlanden behoren alle ministeries, de gerechten, de Hoge Colleges van Staat en de zelfstandige bestuursorganen (zbo's) zonder eigen rechtspersoonlijkheid. Met de tweede Nota van Inlichtingen zal Bijlage H gepubliceerd worden. Zie ook Register van Overheidsorganisaties .
200	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 Nadere opdrachtgevers	'Volgens het beschrijvend document zou Bijlage H de Nadere opdrachtgevers moeten specificeren, deze is echter niet toegevoegd aan de documentatie. Kunt u hierin voorzien?'	Alle organisaties die vallen onder de Staat der Nederlanden zijn deelnemer aan deze Overeenkomst . Tot de Staat der Nederlanden behoren alle ministeries, de gerechten, de Hoge Colleges van Staat en de zelfstandige bestuursorganen (zbo's) zonder eigen rechtspersoonlijkheid. Met de tweede Nota van Inlichtingen zal Bijlage H gepubliceerd worden. Zie ook Register van Overheidsorganisaties .
201	Beschrijvend Document - Pagina 6/Paragraaf 1.1	Bijlage H is komen te vervallen, ontvangen wij nog wel een lijst een overzicht van alle Nadere opdrachtgevers?	Alle organisaties die vallen onder de Staat der Nederlanden zijn deelnemer aan deze Overeenkomst . Tot de Staat der Nederlanden behoren alle ministeries, de gerechten, de Hoge Colleges van Staat en de zelfstandige bestuursorganen (zbo's) zonder eigen rechtspersoonlijkheid. Met de tweede Nota van Inlichtingen zal Bijlage H gepubliceerd worden. Zie ook Register van Overheidsorganisaties .

202	Beschrijvend document Mediadienstverlening 2025 v1.0 - doel en scope	Heeft u een volledige lijst van deelnemende organisaties? Behoren bijvoorbeeld de NS, de Kvk en de Politie tot de deelnemende organisaties?	Alle organisaties die vallen onder de Staat der Nederlanden zijn deelnemer aan deze Overeenkomst . Tot de Staat der Nederlanden behoren alle ministeries, de gerechten, de Hoge Colleges van Staat en de zelfstandige bestuursorganen (zbo's) zonder eigen rechtspersoonlijkheid. Met de tweede Nota van Inlichtingen zal Bijlage H gepubliceerd worden. Zie ook Register van Overheidsorganisaties .
203	Raamovereenkomst ARVODI-2025	Zou de Opdrachtgever kunnen verduidelijken of de onmiddellijke opzegging na het bereiken van de maximale hoeveelheid/waarde betrekking heeft op de totale opdracht gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst? Is het mogelijk om Opdrachtnemer tijdig te informeren wanneer de maximale waarde bijna bereikt wordt?	Indien de totale maximale waarde van de raamovereenkomst is bereikt kan opdrachtgever besluiten om de raamovereenkomst op te zeggen. Dit ziet dus op opzegging van de raamovereenkomst. Opdrachtgever zal opdrachtnemer tijdig informeren indien de maximale waarde nadert.
204	Raamovereenkomst ARVODI-2025	In artikel 2.5 van de Raamovereenkomst (ARVODI-2025) is opgenomen dat de Overeenkomst van rechtswege kan worden beëindigd bij het bereiken van de maximale hoeveelheid/waarde. Kan Opdrachtgever verduidelijken of dit ziet op de totale maximale waarde over de volledige looptijd van de Raamovereenkomst (inclusief verlengingen)? Daarnaast verzoeken wij te bevestigen of Opdrachtnemer tijdig schriftelijk wordt geïnformeerd wanneer de maximale waarde (bijvoorbeeld bij 80-90% realisatie) in zicht komt, zodat beide partijen hun bedrijfsvoering en verplichtingen zorgvuldig kunnen afstemmen.	Indien de totale maximale waarde van de raamovereenkomst is bereikt kan opdrachtgever besluiten om de raamovereenkomst op te zeggen. Dit ziet dus op opzegging van de raamovereenkomst. Opdrachtgever zal opdrachtnemer tijdig informeren indien de maximale waarde nadert
205	Raamovereenkomst ARVODI-2025	Staat de Opdrachtgever ervoor open om (een gedeelte) van de kosten van de externe accountantsverklaring te dragen?	Nee, deze kosten zijn voor rekening van Opdrachtnemer.
206	Raamovereenkomst ARVODI-2025	Zou de Opdrachtgever inzicht kunnen geven in de manier waarop een audit wordt uitgevoerd? Het is gebruikelijk om afspraken te maken over hoe lang van tevoren een audit wordt aangekondigd (bij voorkeur minimaal 14 dagen van tevoren), hoe vaak een audit mag plaatsvinden (bij voorkeur naar 1x per jaar) en welke informatie uitgesloten is van een audit (salaris informatie, overhead kosten, toegang tot IT systemen en ruimtes). Kan Opdrachtgever zich hierin vinden?	De manier waarop een audit wordt uitgevoerd kan nu niet inzichtelijk gemaakt worden omdat dit geheel afhankelijk is van wat voor audit het betreft en wat het onderwerp van de audit is. Opdrachtgever en Opdrachtnemer treden tijdig in overleg indien Opdrachtgever een audit wenst uit te laten voeren. Hierbij wordt vastgelegd wanneer de audit plaatsvindt en waarop wordt geauditeerd. Opdrachtgever is niet bereid het aantal audits te beperken. Opdrachtgever verwacht volledige medewerking van Opdrachtnemer en eist volledige transparantie gedurende de audits.

			Daarnaast is Opdrachtnemer verplicht om op eigen kosten (negatieve) bevindingen uit de audit op te lossen binnen een redelijke termijn. Over deze termijn treden Opdrachtgever en Opdrachtnemer eveneens in overleg.
207	Raamovereenkomst ARVODI-2025 - paragraaf 4.7 - pagina 8	Met betrekking tot artikel 4.7 van de Raamovereenkomst in samenhang met artikel CJ.17 van het Programma van Eisen verzoeken wij Opdrachtgever om nadere toelichting op de wijze waarop het auditrecht in de praktijk wordt toegepast. Wij verzoeken Opdrachtgever daarbij in te gaan op de volgende aspecten: 1. Aankondigingstermijn – Wordt een audit vooraf schriftelijk aangekondigd en kan Opdrachtgever bevestigen dat daarbij een redelijke aankondigingstermijn wordt gehanteerd (bijvoorbeeld minimaal 14 kalenderdagen), behoudens zwaarwegende redenen? 2. Frequentie – Kan Opdrachtgever bevestigen dat audits in beginsel niet vaker dan éénmaal per kalenderjaar plaatsvinden, tenzij sprake is van zwaarwegende of concrete aanwijzingen van tekortkomingen? 3. Reikwijdte en proportionaliteit – Kan Opdrachtgever verduidelijken welke informatie en systemen binnen de scope van een audit vallen en bevestigen dat vertrouwelijke bedrijfsinformatie die geen direct verband houdt met de uitvoering van de Opdracht (zoals salarisgegevens, interne overheadstructuren, toegang tot IT-systemen en fysieke bedrijfsruimten) buiten de reikwijdte van de audit vallen? Wij vernemen graag of Opdrachtgever zich kan vinden in bovenstaande uitgangspunten, teneinde vooraf duidelijkheid te hebben over de proportionaliteit en uitvoerbaarheid van het auditrecht.	<p>De manier waarop een audit wordt uitgevoerd kan nu niet inzichtelijk gemaakt worden omdat dit geheel afhankelijk is van wat voor audit het betreft en wat het onderwerp van de audit is. Opdrachtgever en Opdrachtnemer treden tijdig in overleg indien Opdrachtgever een audit wenst uit te laten voeren. Hierbij wordt vastgelegd wanneer de audit plaatsvindt en waarop wordt geauditeerd. Opdrachtgever is niet bereid het aantal audits te beperken.</p> <p>Opdrachtgever verwacht volledige medewerking van Opdrachtnemer en eist volledige transparantie gedurende de audits.</p> <p>Daarnaast is Opdrachtnemer verplicht om op eigen kosten (negatieve) bevindingen uit de audit op te lossen binnen een redelijke termijn. Over deze termijn treden Opdrachtgever en Opdrachtnemer eveneens in overleg.</p>
208	Raamovereenkomst - Art. 8.2	Op basis van dit artikel heeft Opdrachtgever het recht om een boete op te leggen. Opdrachtnemer begrijpt dat een boete fungeert als een stok achter de deur. Echter, boetes zijn mogelijk betaalbaar zonder dat er daadwerkelijk schade door Opdrachtgever wordt geleden. Een boete staat daarmee mogelijk niet in verhouding tot de vertraging. Is Opdrachtgever bereid om de boetebepaling te laten vervallen?	Nee, hiertoe is Opdrachtgever niet bereid. De boete is opgenomen als extra stimulans om de geheimhoudingsplicht na te leven. Schadevergoeding staat hier los van.

209	Raamovereenkomst ARVODI-2025	Zou de Opdrachtgever kunnen toelichten wat onder een "crisissituatie" dient te worden verstaan? Welke inspanningen worden van de Opdrachtnemer verwacht in de zin van capaciteit, middelen en tijd? Zou hieronder kunnen worden begrepen inzet buiten reguliere werktijden? Zo ja, is Opdrachtgever bereid om aparte afspraken te maken over aangepaste honorering van de Opdrachtnemer bij inzet in een crisissituatie?	<p>Een crisissituatie is een situatie waarbij onderwerpen die het landsbelang of landsveiligheid kunnen schaden actueel zijn. Voorbeeld hiervan, maar niet limitatief; een (potentieel) militair conflict, natuurrampen, maatschappelijk ontwrichting en grootschalige gezondheidsrisico's.</p> <p>Het is volledig naar oordeel van Opdrachtgever wanneer een crisissituatie van kracht is. Indien dit het geval is dan dient Opdrachtnemer haar dienstverlening volledig en alleen op Opdrachtgever toe te spitsen. Gemaakte afspraken met andere klanten van Opdrachtnemer zijn dan van ondergeschikt belang en de behoefte van Opdrachtgever krijgt voorrang. Dit kan betrekking hebben op tijd, middelen en mensen van Opdrachtnemer.</p> <p>Het is evident dat, indien een dergelijke situatie zich voordoet, beide partijen in overleg treden en maatwerk afspraken worden vastgelegd.</p>
210	Raamovereenkomst - Art. 11.2	Op basis van het toegevoegde artikel zal Opdrachtnemer een ruime vrijwaring aan Opdrachtgever moeten geven voor (vermeende) inbreuken. Opdrachtnemer is terughoudend met het geven van vrijwarings. Is Opdrachtgever bereid om deze vrijwaring te laten vervallen? Zo niet, is Opdrachtgever bereid om de kosten met betrekking tot vrijwaring te beperken aan de hand van de bedragen als bedoeld in de Arvodi-voorwaarden? Wij verwijzen in dit kader ook naar onze algemene opmerkingen met betrekking tot de genoemde aansprakelijkheidsbeperking.	Nee, hiertoe is Opdrachtgever niet bereid. De aansprakelijkheidsbeperking in artikel 19.2 ARVODI 2025 is van overeenkomstige toepassing.
211	Verwerkersovereenkomst - Bijlage 1	Indien er voor de inzet van een bepaald mediakanaal doorgifte van persoonsdata buiten de EER nodig is, is Opdrachtgever bereid daar toestemming voor te geven?	Dit kan Opdrachtgever niet op voorhand besluiten. Indien een dergelijke situatie zich voordoet dan treden beide partijen hierover in overleg. Opdrachtgever heeft overigens ten alle tijden het recht dit niet toe te staan.
212	Verwerkersovereenkomst - Art 11	Op basis van dit artikel heeft Opdrachtgever het recht om de verwerkingsactiviteiten van Opdrachtnemer te (laten) controleren. Is Opdrachtgever bereid om dit artikel aan te passen zodat: (i) Opdrachtgever de redelijke kosten en uren van Opdrachtnemer vergoedt indien een dergelijke controle vaker dan 1 keer per jaar wordt uitgevoerd; (ii) er nadere afspraken met betrekking tot geheimhouding tussen de betrokken partijen	Nee, hiertoe is Opdrachtgever niet bereid. Het is van essentieel belang dat Opdrachtnemer dienstverlening levert die voldoet aan al het gestelde in de verwerkersovereenkomst.

		overeengekomen worden; en (iii) dat kosten van een dergelijke controle te allen tijde voor Opdrachtgever komen?	
213	Verwerkersovereenkomst - Art 8.2 en 9.3	Is Opdrachtgever bereid om Opdrachtnemer in gemaakte kosten tegemoet te komen indien deze kosten disproportioneel zijn?	Nee, hiertoe is Opdrachtgever niet bereid. Opdrachtgever acht het redelijk dat partijen elk door henzelf te maken kosten dragen in verband met artikel 8 en 9 van de verwerkersovereenkomst.
214	Beschrijvend Document - Pagina 4	Concept wachtkamer overeenkomst (bijlage II) & AVG-BIO Fitgap model oa (Bijlage III) ontbreken	De Concept Wachtkamerovereenkomst en BIO Fit Gap Analyse zullen gepubliceerd worden.
215	Beschrijvend Document - Pagina 42/Paragraaf 8.3	De BIO Fit/Gap analyse, indien als combinatie of met een derde wordt ingeschreven, kan dit in een overkoepelend document of dient iedere individuele combinant of derde deze aan te leveren?	Iedere Combinant, Derde en Onderaannemer dient deze aan te leveren.
216	Bijlage IV – Mediamix/campagnes 2024 Verhouding AMC-campagnes vs. publieke campagnes	Kunt u, op basis van de historische gegevens en/of uw definitie, de indicatieve verhouding aangeven tussen arbeidsmarktcommunicatie (AMC; incl. vacatures/jobboards e.d.) en publieke/voorlichtingscampagnes (bijv. in aantal campagnes en/of netto mediavolume) voor 2024/2025? In de mediamix 2024 wordt o.a. “vacatures” genoemd; kunt u duiden of dit volledig onder AMC valt	De schatting van de verhouding Arbeidsmarktcommunicatie/Voorlichting/Bekendmaking is voor 2024 respectievelijk 50%/40%/10%. Het plaatsen van vacatures op jobboards valt onder arbeidsmarktcommunicatie.
217	Bijlage IV - Historische gegevens mediadienstverlening v1.0 - zelfplaatsers	Wat kunt u zeggen over de verwachte ontwikkeling van het aandeel zelfplaatsers versus full-serviceklanten onder de Nadere opdrachtnemers?	Opdrachtgever kan geen voorspelling doen over de verwachte ontwikkelingen.
218	Bijlage IV - Historische gegevens mediadienstverlening v1.0 - digitaliseringsgraad	Heeft u een streefpercentage voor het aandeel digitaal in de mediamix gedurende de looptijd van de nieuwe Raamovereenkomst?	Nee.
219	Raamovereenkomst ARVODI-2025 par 4.2	Zou de Opdrachtgever kunnen aangeven of er objectieve criteria worden gehanteerd om te bepalen wanneer personeel moet worden vervangen in het belang van een goede uitvoering van de Diensten? Zo ja, welke criteria worden dan gehanteerd?	Die objectieve criteria zijn niet van te voren te bepalen maar afhankelijk van de situatie. Opdrachtgever kan in ieder geval toezeggen dat artikel 4.2 ARVODI 2025 enkel op redelijke gronden gebruik zal worden.

220	Arvodi-2025 - Art. 4.2	Op basis van art. 4.2 heeft Opdrachtgever het recht om vervanging van personeel van Opdrachtnemer te verlangen. Hoe gaat Opdrachtgever hier in de praktijk mee om?	Dat is geheel afhankelijk van de situatie als deze zich voordoet. . Opdrachtgever kan in ieder geval toezeggen dat artikel 4.2 ARVODI 2025 enkel op basis van redelijke gronden toegepast zal worden.
221	Arvodi-2025 - Art. 11.6	Op basis van dit artikel heeft Opdrachtgever het recht om bij een schending van geheimhouding een boete op te leggen. Opdrachtnemer begrijpt dat een boete fungeert als een stok achter de deur. Echter, boetes zijn mogelijk betaalbaar zonder dat er daadwerkelijk schade door Opdrachtgever wordt geleden. Een boete staat daarmee mogelijk niet in verhouding tot de inbreuk. Is Opdrachtgever bereid om de boetebepaling te laten vervallen?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. De boete is opgenomen als extra stimulans om de geheimhoudingsplicht na te leven. Schadevergoeding staat hier los van.
222	Arvodi-2025 - Art. 11	Op basis van dit artikel is de geheimhoudingsverplichting niet beperkt in tijd. Is Opdrachtgever bereid hier een termijn aan te stellen?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Deze bepaling is naar haar aard bestemd om voort te duren en blijft na afloop van de Overeenkomst van kracht.
223	Arvodi-2025 - Art. 13.3	Wat zijn de bij Opdrachtgever gebruikelijke regels omtrent veiligheidsonderzoeken?	Ralf Deze vraag zullen wij beantwoorden in de tweede Nvl.
224	ARVODI -2025 - par.14.3	Wordt er bij Meerwerk rekening gehouden met de beschikbaarheid van mediaruimte? Met name bij offline media zal het niet altijd mogelijk zijn om de ingekochte mediaruimte te verruimen. Is Opdrachtgever bereid om dergelijke verzoeken om Meerwerk in goed overleg met de Opdrachtnemer af te handelen?	Ja, daar is Opdrachtgever toe bereid.
225	ARVODI -2025 - par.14.4	Dient deze bepaling zo te worden verstaan dat het afzeggen of het verminderen van budget van een campagne zal worden beschouwd als minderwerk? Zo ja, is Opdrachtgever bereid om de Opdrachtnemer te compenseren voor de daadwerkelijk gemaakte uren in het kader van de desbetreffende campagne?	Minderwerk betekent vermindering van de werkzaamheden. Indien sprake is van minderwerk zullen de werkzaamheden die op het moment van het opdragen van het minderwerk aantoonbaar reeds zijn uitgevoerd, in beginsel vergoed worden conform de overeengekomen tarieven.
226	ARVODI-2025 - paragraaf 14.4 - pagina 5	Met betrekking tot artikel 14.4 ARVODI-2025 verzoeken wij u te bevestigen of het (gedeeltelijk) annuleren van een campagne of het tussentijds verlagen van het mediabudget kwalificeert als 'minderwerk' in de zin van dit artikel. Indien dit het geval is, verzoeken wij te bevestigen dat Opdrachtnemer in dat geval aanspraak behoudt op vergoeding van de aantoonbaar en reeds daadwerkelijk bestede uren en gemaakte kosten die direct samenhangen met de voorbereiding en uitvoering van de betreffende campagne.	Minderwerk betekent vermindering van de werkzaamheden. Indien sprake is van minderwerk zullen de werkzaamheden die op het moment van het opdragen van het minderwerk aantoonbaar reeds zijn uitgevoerd, in beginsel vergoed worden conform de overeengekomen tarieven.

227	ARVODI -2025 - par.15.2	Kan de Opdrachtgever bevestigen dat de Opdrachtnemer tijdig zal worden geïnformeerd wanneer een ingediende factuur niet aan alle (informatie)eisen voldoet?	Wanneer een factuur niet aan alle eisen voldoet zal Opdrachtnemer zo snel mogelijk daarvan op de hoogte gesteld worden.
228	ARVODI -2025 - par.16.5	Biedt Opdrachtgever enige waarborgen om de Opdrachtnemer te beschermen tegen onevenredig financieel risico bij achterstallige betalingen?	Opdrachtgever is de wettelijke handelsrente verschuldigd over bedragen die niet tijdig zijn betaald. De rente gaat lopen op de dag nadat de betalingstermijn is geëindigd. Daarbij wordt de rentevoet voor handelstransacties gebruikt om de rente te berekenen. Als Opdrachtgever niet op betaald is Opdrachtgever ook een kostenvergoeding verschuldigd (zie artikel 6:96 van het Burgerlijk Wetboek). Het gaat hier om incassokosten. Opdrachtnemer moet de wettelijke rente en kostenvergoeding wel zelf vorderen. Opdrachtnemer moet Opdrachtgever daarvoor een (aparte) factuur sturen (artikel 16.2 ARVODI 2025).
229	Arvodi-2025 - Art. 16.3	Op basis van dit artikel heeft Opdrachtgever het recht om facturen, boeken en bescheiden van Opdrachtnemer te laten controleren door een accountant. Is Opdrachtgever bereid om dit artikel aan te passen zodat: (i) een dergelijke controle niet vaker dan 1 maal per jaar wordt uitgevoerd; (ii) er nadere afspraken met betrekking tot geheimhouding tussen de betrokken partijen overeengekomen worden; en (iii) dat kosten van een dergelijke controle te allen tijde voor Opdrachtgever komen?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Opdrachtgever kan een factuur door een accountant laten toetsen. Daarbij geldt als uitgangspunt dat de toetsing vertrouwelijk plaatsvindt. In dat kader moeten aan de accountant ook alleen die gegevens worden verstrekt die nodig zijn voor de verificatie.
230	ARVODI 2025 - par 19.2	Zou de Opdrachtgever nader kunnen specificeren wat onder "opdrachtwaarde" wordt verstaan in het kader van de aansprakelijkheidsbeperking? Betreft dit de totale opdrachtwaarde (op campagnebasis) of de waarde van het onderdeel van de opdracht dat betrekking heeft op de schadeveroorzakende gebeurtenis?	Het betreft de totale waarde van de desbetreffende projectbegroting of procuratie.
231	ARVODI-2025 Par 19.3 (d)	Is Opdrachtgever bereid om een apart maximum af te spreken voor de aansprakelijkheid van de Opdrachtnemer in de zin van artikel 19.3 (d)?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Als de aansprakelijkheid van verwerkers zou worden gemaximeerd zou dat afbreuk doen aan het op doeltreffende, evenredige en afschrikkende manier sanctioneren van onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens, zoals de AVG op het oog heeft. Daarom bepaalt dit artikel dat beperking van de aansprakelijkheid komt te vervallen bij schade door privacy schendingen.
232	Arvodi-2025 - Art. 19.6	Idealiter ontvangt Opdrachtnemer ook een vrijwaring van Opdrachtgever ten aanzien van het door Opdrachtgever aangeleverde materiaal. Is Opdrachtgever bereid deze vrijwaring te geven?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Opdrachtgever wilt u er op wijzen dat het door u genoemde artikel betrekking heeft op verplichtingen ten aanzien van het personeel van Opdrachtnemer en derhalve niet ziet op de door u bedoelde situatie

233	Arvodi-2025 - Art. 19.6	Op basis van het toegevoegde artikel zal Opdrachtnemer een ruime vrijwaring aan Opdrachtgever moeten geven voor (vermeende) inbreuken. Opdrachtnemer is terughoudend met het geven van vrijwaringen. Is Opdrachtgever bereid om deze vrijwaring te laten vervallen? Zo niet, is Opdrachtgever bereid om de kosten met betrekking tot vrijwaring te beperken aan de hand van de bedragen als bedoeld in artikel 19.2? Wij verwijzen in dit kader ook naar onze algemene opmerkingen met betrekking tot de genoemde aansprakelijkheidsbeperking.	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Opdrachtgever wilt u er op wijzen dat het door u genoemde artikel betrekking heeft op verplichtingen ten aanzien van het personeel van Opdrachtnemer. Het betreft verplichtingen van Opdrachtnemer en een vrijwaring in dit verband is naar de visie van de Opdrachtgever redelijk.
234	Arvodi-2025 - Art. 19.3.d	Onbeperkte aansprakelijkheid in het geval van inbreuken ten aanzien van persoonsdataverwerking is in Opdrachtnemers ogen niet redelijk. Voor zover opdrachtnemer op basis van de AVG verantwoordelijkheid heeft, zal Opdrachtnemer haar aansprakelijkheid niet uitsluiten. Tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer is er echter wel een mogelijkheid om te beperken. Is Opdrachtgever bereid om de dergelijke aansprakelijkheid onder een aansprakelijkheidsbeperking genoemd in artikel 19.2 te brengen? Wij verwijzen in dit kader ook naar onze algemene opmerkingen met betrekking tot de genoemde aansprakelijkheidsbeperking.	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Als de aansprakelijkheid van verwerkers zou worden gemaximeerd zou dat afbreuk doen aan het op doeltreffende, evenredige en afschrikkende manier sanctioneren van onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens, zoals de AVG op het oog heeft. Daarom bepaalt dit artikel dat beperking van de aansprakelijkheid komt te vervallen bij schade door privacy schendingen.
235	Arvodi-2025 - Art. 19.3.c	Onbeperkte aansprakelijkheid in het geval van schending van IE-rechten is in Opdrachtnemers ogen niet redelijk. Is Opdrachtgever bereid om de dergelijke aansprakelijkheid onder een aansprakelijkheidsbeperking genoemd in artikel 19.2 te brengen? Wij verwijzen in dit kader ook naar onze algemene opmerkingen met betrekking tot de genoemde aansprakelijkheidsbeperking.	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Naar de visie van Opdrachtgever is artikel 19.3 onder c ARVODI 2025 redelijk.
236	Arvodi-2025 - Art. 19.2	Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen directe en indirecte schade. Onder indirecte schade verstaan wij onder andere gedeerde winst, gevolgschade, gemiste besparingen en verminderde goodwill. Graag zouden wij Opdrachtnemers aansprakelijkheid voor dergelijke indirect schade uit willen sluiten. Is Opdrachtgever daartoe bereid?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. Er wordt geen onderscheid gemaakt in soorten schade (bijvoorbeeld directe en indirecte schade). De wet maakt dit onderscheid namelijk ook niet. Bovendien wil de Rijksoverheid de aansprakelijkheid niet verder beperken. Dit zou namelijk betekenen dat de Rijksoverheid een nog groter deel van de veroorzaakte schade zelf moet dragen en moet bekostigen uit gemeenschapsgeld. Dat is niet wenselijk.

237	Arvodi-2025 - Art. 19.2	In het handelsverkeer is het zeer gebruikelijk en redelijk om aansprakelijkheid van Opdrachtnemer te beperken tot de opdrachtwaarde, hooguit tweemaal de opdrachtwaarde. Het voorgestelde artikel betreft in sommige gevallen zelfs een aansprakelijkheidsbeperking van een veelvoud van de opdrachtwaarde, hetgeen ons inziens disproportioneel is. Is Opdrachtgever bereid om de aansprakelijkheidsbeperking dichter bij de opdrachtwaarde te brengen?	Nee daar zijn wij niet toe bereid. De aansprakelijkheid is in artikel 19 ARVODI 2025 reeds beperkt. Het verder beperken van de aansprakelijkheid acht opdrachtgever niet wenselijk.
238	ARVODI-2025 Par 21.3 (c)	Is het mogelijk om een wijziging in de zeggenschap over de onderneming (bijvoorbeeld bij een fusie) uit te sluiten als ontbindingsgrond in het geval dat het gaat om een wijziging binnen de zeggenschap van de eigen groep van de Opdrachtnemer?	Nee, daar zijn wij niet toe bereid.
239	ARVODI - 2025 Par 21.4	Is het mogelijk een opzegtermijn van 3 maanden op te nemen om lopende opdrachten af te ronden?	Bij opzegging heeft Opdrachtnemer recht op vergoeding van de al verrichte werkzaamheden (lees gemaakte uren) en vergoeding van toekomstige verplichtingen. Met andere woorden: bij opzegging kunt u de lopende opdrachten afronden, wel kan er sprake zijn van minderwerk.
240	Arvodi-2025 - Art. 21.4	Opdrachtgevers recht om de overeenkomst te allen tijde op te kunnen zeggen geeft grote mate van onzekerheid voor Opdrachtnemer. Het is zeer wenselijk om een redelijke opzegtermijn te hanteren. Is Opdrachtgever bereid om een redelijke termijn overeen te komen?	Nee, daar zijn wij niet toe bereid.
241	ARVODI 2025 Par 23.1	Kan de Opdrachtgever zich er in vinden dat auteursrechten en databankrechten worden overgedragen onder voorbehoud dat de Opdrachtnemer voor de daarmee samenhangende diensten is betaald?	Nee, daar zijn wij niet toe bereid. Naar de visie van opdrachtgever is artikel 23.1 ARVODI 2025 in lijn met de systematiek van de beoogde nadere overeenkomsten.
242	ARVODI-2025 par 23.6	Staat de Opdrachtgever er voor open om een carve-out voor de vrijwaringsbepaling op te nemen voor situaties buiten de controle van Opdrachtnemer, zoals het gebruik van de door de Opdrachtgever aangeleverd materiaal of instructies?	Artikel 23.6 ARVODI 2026 blijft ongewijzigd. Vanuit goed opdrachtgeverschap van de Rijksoverheid mag worden verwacht dat het aangeleverde materiaal voldoende is beoordeeld op Intellectuele eigendomsrechtelijke risico's. Daarnaast wil Opdrachtgever u er ook op wijzen dat in geval sprake is van een Intellectueel eigendomsinbreuk op materiaal die door Opdrachtgever is aangeleverd het Burgerlijk Wetboek de rechtsverhouding tussen partijen mede zal bepalen..

243	Arvodi-2025 - Art. 23.1 en 23.2	In principe kan Opdrachtnemer IE-rechten aan Opdrachtgever overdragen. Echter, eigendomsoverdracht van IE-rechten is niet altijd mogelijk. Indien dat niet mogelijk is zal Opdrachtgever veelal een passend gebruiksrecht verkrijgen. Een dergelijk gebruiksrecht is echter niet altijd 'niet-exclusief, niet-opzegbaar' en niet voor 'onbepaalde tijd'. Is Opdrachtgever bereid om andersluidende afspraken te maken omtrent de gebruiksrechten?	Nee, daar zijn wij niet toe bereid. Artikel 23.2 ARVODI 2025 is passend bij de beoogde nadere opdrachten en blijft gehandhaafd.
244	Arvodi-2025 - Art. 23.3	Het beschikbaar stellen van IE-rechten geschiedt bij voorkeur onder de opschortende voorwaarde van nakoming van de betalingsverplichtingen. Is Opdrachtgever bereid deze voorwaarde aan de overeenkomst toe te voegen?	Nee, daar zijn wij niet toe bereid. Naar de visie van Opdrachtgever is artikel 23.1 ARVODI 2025 in lijn met de systematiek van de beoogde nadere overeenkomsten.
245	Arvodi-2025 - Art. 23.6	Op basis van dit artikel zal Opdrachtnemer een vrijwaring aan Opdrachtgever moeten geven voor (vermeende) IE-inbreuken. Opdrachtnemer is terughoudend met het geven van vrijwaringen. Is Opdrachtgever bereid om deze vrijwaring te laten vervallen? Zo niet, is Opdrachtgever bereid om de kosten met betrekking tot vrijwaring te beperken aan de hand van de bedragen als bedoeld in artikel 19.2? Wij verwijzen in dit kader ook naar onze algemene opmerkingen met betrekking tot de genoemde aansprakelijkheidsbeperking.	Nee, daar zijn wij niet toe bereid. De vrijwaring ziet op aanspraken van derden wegens (vermeende) inbreuken op intellectuele eigendomsrechten die verband houden met de door Opdrachtnemer geleverde prestaties. Om die reden acht opdrachtgever artikel 23.6 ARVODI 2025 redelijk.