



## Programma van Eisen

### Rijksinkoop samenwerking

#### Bezoekadres

Rijkskantoor Beatrixpark  
Wilhelmina van Pruisenweg 52  
2595 AN Den Haag

Postbus 20011  
2500 EA Den Haag

### Bijlage D

#### Mediadienstverlening 2027

Europese aanbesteding  
Openbare procedure

voor het

#### Ministerie van Algemene Zaken

Agentschap Dienst Publiek en Communicatie

<b>Datum</b>	<u>24 april 2026</u>
<b>Kenmerk</b>	201865001.024.002
<b>Versie</b>	<u>1.2</u>

# 1. Programma van Eisen

## Ondergetekende(n) via het UEA,

verklaart volledig en onvoorwaardelijk te voldoen aan de onderstaande Eisen die gesteld worden aan de uit te voeren Opdracht als ook de overige in de opdrachtbeschrijving gestelde eisen en voorwaarden, zoals opgenomen in het Beschrijvend document en de daarbij behorende Bijlagen.

### Eisen met betrekking tot de Aanbestedingsprocedure

AP.1	Inschrijver is bekend en gaat akkoord met de inhoud van alle door Opdrachtgever gepubliceerde aanbestedingsdocumenten.
AP.2	De Inschrijving van Inschrijver voldoet aan de randvoorwaarden en formele Eisen zoals opgenomen in hoofdstuk 7 van het Beschrijvend document.

### Commerciële en Juridische Eisen

CJ.1	U heeft het UEA naar waarheid ingevuld en rechtsgeldig ondertekend.
CJ.2	Uw beantwoording van de subgunningcriteria 'Antwoord op het Subgunningscriterium 'Kwaliteit' is correct en waarheidsgetrouw.
CJ.3	U heeft het 'Prijsopgaveformulier' naar waarheid ingevuld.
CJ.4	U heeft de 'Referentieverklaringen' naar waarheid ingevuld.
CJ.5	U heeft de Verklaring of Aanmelding buitenlandse subsidies (FSR) naar waarheid ingevuld.
CJ.6	U heeft Bijlage 5 'Holdingsverklaring' naar waarheid ingevuld en rechtsgeldig ondertekend.
CJ.7	U accepteert de concept Raamovereenkomst, haar Bijlagen en de ARVODI-2025 inclusief de bij de Nota van Inlichtingen geaccepteerde tekstwijzigingen onvoorwaardelijk door ondertekening van het onderhavige document.  Een inschrijving die enige vorm van voorbehoud hieromtrent bevat zal door Opdrachtgever terzijde worden gelegd.
CJ.8	Alle door de Inschrijver overgelegde gegevens zijn naar waarheid ingevuld en kunnen door Inschrijver gestand worden gedaan. Opdrachtgever behoudt zich het recht op schadevergoeding en/of ontbinding van de Raamovereenkomst in geval van onjuist en/of onvolledige informatie en/of het niet kunnen nakomen van hetgeen door een Inschrijver is aangeboden.
CJ.9	Opdrachtgever wendt zich in beginsel tot Opdrachtnemer voor het leveren van de Diensten. Wanneer de Nader offerte(s) van Opdrachtnemer niet voldoet aan de gestelde Eisen of wanneer de Nadere offerte(s) anderszins tekortschieten, of geen Nadere offerte(s) zijn ontvangen, staat het Opdrachtgever vrij partijen buiten de Raamovereenkomst te benaderen voor het leveren van de Dienst(en).
CJ.10	Inschrijver vrijwaart Opdrachtgever voor eventuele aanspraken van de Belastingdienst.
CJ.11	Inschrijver neemt afdoende maatregelen in het kader van de inlenersaansprakelijkheid en de Wet Ketenaansprakelijkheid. Inschrijver overlegt hiervoor op verzoek van Opdrachtgever de benodigde documenten en rapporteert hierover.
CJ.12	Indien Inschrijver aangeeft geen btw in rekening te hoeven brengen, dan dient Inschrijver de reden hiervoor aan te geven en de hieraan ten grondslag liggende bewijsstukken bij (aan) de inschrijving (toe) te voegen.
CJ.13	Opdrachtnemer is aansprakelijk voor de (extra) kosten inzake btw indien deze ten onrechte niet, of voor een onjuist bedrag bij Opdrachtgever in rekening worden gebracht. De verantwoordelijkheid voor een juiste btw -afdracht ligt, behoudens het

	gestelde in de hierna genoemde zin, te allen tijde bij Opdrachtnemer. Wanneer Opdrachtgever een dienst afneemt van een buitenlandse onderneming en de prestatie wordt volgens de fiscale regelgeving geacht in Nederland te zijn verricht, dan is Opdrachtgever zelf verantwoordelijk voor de afdracht van btw aan de Nederlandse fiscus over deze in Nederland verrichte dienst(en).
CJ.14	U beschikt over een beroepsaansprakelijkheidsverzekering met een dekking met minimaal € 500.000,- per gebeurtenis en € 1.500.000,- per jaar.
CJ.15	Opdrachtnemer is bereid als hoofdaannemer op te treden voor eventuele derden in relatie tot de Opdracht.
CJ.16	U accepteert dat u aan de geraamde waarde van de Opdracht en de aangegeven maximale waarde van de Opdracht geen rechten kunt ontlenen. Eveneens dat Opdrachtgever geen afnameverplichting heeft in welke vorm dan ook gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst.
CJ.17	<p>Opdrachtgever heeft het recht en de mogelijkheid zelf een audit uit te voeren en/of een derde partij in te schakelen voor het laten uitvoeren van audits op alle facetten van de geleverde Diensten door Opdrachtnemer, inclusief de (financiële) afspraken tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer en de (financiële) afspraken die Opdrachtnemer maakt met derde partijen.</p> <p>Opdrachtnemer stelt op verzoek van Opdrachtgever alle informatie ter beschikking die nodig is om aan te tonen dat de verplichtingen uit de Overeenkomst zijn en worden nagekomen.</p> <p>Opdrachtnemer verleent alle medewerking aan audits, waaronder begrepen audits bij personeel van Opdrachtnemer, tenzij dit redelijkerwijs niet van haar kan worden verwacht. Indien dit van toepassing is treedt Opdrachtnemer hierover zo spoedig mogelijk in contact met Opdrachtgever om te bespreken wat wel mogelijk is.</p> <p>Opdrachtgever en Opdrachtnemer dragen zelf de kosten die zij maken in verband met de bedoelde informatieverstrekking en audits, waaronder begrepen de kosten van door hen ingeschakelde derden.</p> <p>Opdrachtgever is steeds bevoegd om naar aanleiding van verkregen audit informatie maatregelen voor te stellen die opdrachtnemer binnen 3 maanden moet hebben verwerkt. Hierbij geldt dat maatregelen in redelijkheid niet binnen 3 maanden zijn te verwerken dan treedt opdrachtnemer met opdrachtgever in overleg.</p>
CJ.18	De output van de uitgevoerde audits (rapporten, verslagen etc.) wordt voor zowel Opdrachtgever als Opdrachtnemer inzichtelijk en beschikbaar gesteld. Opdrachtgever is eigenaar van deze output en mag deze beschikbaar stellen aan derden.
CJ.19	U accepteert de wachtkamerconstructie en de concept wachtkamerovereenkomst.

#### Eisen met betrekking tot de te leveren Diensten

DV.1	<p>De door Inschrijver aangeboden oplossing, dienstverlening en producten levert gegarandeerd de beschreven en geëiste (primaire scope) Diensten op zoals beschreven in Bijlage E 'Opdrachtoomschrijving inclusief Bijlagen' en het Beschrijvend document, zonder dat hier additionele werkzaamheden door Inschrijver uitgevoerd dient te worden nadat de Raamovereenkomst is ondertekend door beide partijen.</p> <p><del>Opdrachtgever-Opdrachtnemer (wijziging nav NvI-1 vraag 149)</del> moet vanaf 16 november 2026 in staat zijn om orders van Nadere opdrachtgevers voor 2027 te accepteren, verwerken en inkopen. Vanaf 1 januari 2027 00:00 uur moet Opdrachtnemer verantwoordelijk kunnen worden gesteld voor de gehele dienstverlening en moet ze volledig operationeel zijn. <u>Met volledig operationeel zijn wordt bedoeld dat Opdrachtnemer de dienstverlening volgens de Overeenkomst levert. (wijziging nav NvI-1 vraag 149)</u></p>
------	---

DV.2	<p>In geval van een crisissituatie schaaft Opdrachtnemer per direct op in capaciteit en prevaleert het leveren van de Diensten aan Opdrachtgever boven die van andere opdrachtgevers van Opdrachtnemer zolang de crisissituatie van kracht is.</p> <p>De definitie van een crisissituatie en wanneer Opdrachtgever zich hierop beroept wordt nader uitgewerkt in de Bijlage I "Dossier Afspraken en Procedures".</p>
DV.3	<p>Opdrachtnemer zorgt voor relevante, haalbare en neutrale (dat wil zeggen onafhankelijk en los van mogelijk eigen bedrijfsbelang/voordeel) advisering op maat voor betreffende Nadere opdrachtgever, waarbij effectiviteit van een campagne altijd prioriteit heeft. Effectiviteit betreft de vooraf afgesproken doelstellingen vanuit de media strategie die zijn omgezet naar media doelstellingen.</p>
DV.4	<p>Voor het uitwerken van de consultancyvraag dient de Opdrachtnemer een gespecificeerde urenbegroting op te stellen, deze wordt door de Nadere opdrachtgever geaccordeerd. Hierin wordt per taak of werkzaamheid duidelijk aangegeven welke werkzaamheden er uitgevoerd worden, op welk(e) functieniveau(s) deze werkzaamheden worden uitgevoerd (bijv. junior/medior/senior of functienaam) en wat het bijbehorende uurtarief is.</p>
DV.5	<p>Bij aanvang van de opdracht stelt Opdrachtnemer, ter goedkeuring door Opdrachtgever, een <b>werkplan mediaconsultancy</b> op waarin de werkwijze, kwaliteitsborging en samenwerking worden beschreven. Dit werkplan is verplicht bij strategisch complexe of crossmediale campagnes. Wanneer een SLA opgesteld wordt, kan het werkplan mediaconsultancy daarin meegenomen worden.</p> <p>Het werkplan mediaconsultancy is in ieder geval van toepassing op:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisch complexe campagnes;</li> <li>• Campagnes met een crossmediale aanpak waarbij meerdere mediakanalen integraal worden ingezet;</li> <li>• Campagnes met een budget boven een nader te bepalen drempelbedrag (bijvoorbeeld € X);</li> <li>• Campagnes met grote maatschappelijke of politieke impact;</li> <li>• Campagnes waarbij de Nadere opdrachtgever expliciet om een adviestraject vraagt.</li> </ul> <p>Voor kleinere of routinematige campagnes is het werkplan mediaconsultancy niet verplicht, tenzij nadere Opdrachtgever anders bepaalt.</p> <p>Het werkplan mediaconsultancy bevat ten minste de volgende onderdelen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De <b>vaste kwaliteitscriteria</b> waaraan de adviezen worden getoetst (bijvoorbeeld volledigheid, toepasbaarheid, onderbouwing, learnings van voorgaande campagnes zijn toegepast).</li> <li>• Een <b>reviewprocedure</b> waarin wordt beschreven: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ welke tussentijdse kwaliteitscontroles worden uitgevoerd,</li> <li>▪ met welk media KPI framework,</li> <li>▪ op welke momenten,</li> <li>▪ en door wie (met aanduiding van functieniveau).</li> </ul> </li> <li>• Een <b>escalatieprocedure</b> die beschrijft: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ welke type issues of afwijkingen direct gemeld moeten worden aan Opdrachtgever,</li> <li>▪ binnen welke termijnen melding plaatsvindt,</li> <li>▪ en welke stappen worden ondernomen om het issue te corrigeren of te mitigeren.</li> </ul> </li> <li>• Een verplichting tot <b>herziening en actualisering van het werkplan mediaconsultancy</b> minimaal één keer per 12 maanden of zoveel vaker als de aard van het werk daartoe aanleiding geeft (bijvoorbeeld bij substantiële wijziging in werkwijze, team of tools).</li> </ul>
DV.6	<p><i>Eisen aan debrief:</i></p> <p><b>1. Briefingsverdieping</b></p> <p>Voor strategisch complexe campagnes met een crossmediale inzet vindt voorafgaand aan de debrief een verplichte <b>verhelderingssessie</b> plaats, op initiatief van Opdrachtgever of Opdrachtnemer. Doel van deze sessie is het verduidelijken en/of aanvullen van de briefing, zodat de uiteindelijke</p>

debriefing optimaal kan aansluiten bij de strategische en operationele doelstellingen van de campagne.

2. **Samenvatting briefing**

De debrief bevat een beknopte en heldere samenvatting van de oorspronkelijke briefing, weergegeven vanuit het media- en adviesperspectief van Opdrachtnemer.

3. **Beoordeling volledigheid briefing (bij geen verhelderingssessie)**

Opdrachtnemer geeft aan of de briefing volledig en eenduidig is. Indien elementen ontbreken of onduidelijk zijn, wordt dit expliciet benoemd, inclusief een opsomming van de ontbrekende onderdelen of aanvullende informatie die nodig is voor een goede uitvoering.

4. **Toetsing doelstellingen**

De debrief bevat een inhoudelijke beoordeling van de geformuleerde doelstelling(en). Daarbij wordt aangegeven of deze realistisch en haalbaar zijn binnen de gegeven randvoorwaarden, zoals budget, boodschap, doelgroep en timing. Indien dit niet het geval is, geeft Opdrachtnemer aan:

- o Welke alternatieve doelstellingen wél haalbaar zijn binnen het budget, of;
- o Welk (extra) budget nodig is om de oorspronkelijke doelstelling(en) te realiseren.

5. **Inzet mediaconsultancy**

In de debrief wordt beschreven:

- o wat het beoogde doel is van de mediaconsultancy;
- o uit welke onderdelen de dienstverlening zal bestaan (advies, strategie, begeleiding, evaluatie, etc.);
- o een onderbouwde raming van de benodigde consultancy-uren en bijbehorende projectbegroting;
- o een beschrijving van de werkwijze en de te doorlopen stappen per onderdeel;
- o de verwachte doorlooptijden, vastgelegd in een globale backplanning.

6. **Beoordeling campagneperiode**

De debrief bevat een toetsing van de voorgestelde campagneperiode. Opdrachtnemer geeft aan of deze periode realistisch en uitvoerbaar is in relatie tot de beoogde doelstellingen, productieplanning en mediamogelijkheden.

7. **Samenwerking met derden**

Indien sprake is van samenwerking met andere partijen (zoals een creatief bureau, PR-bureau of andere leveranciers), bevat de debrief een duidelijke taak- en verantwoordelijkheidsverdeling. Daarbij worden ook de benodigde onderlinge afstemming en gezamenlijke planningsmomenten benoemd. Indien gewenst kan de debrief opgesteld worden volgens door de Nadere opdrachtgever gevraagde samenwerking (media eerst, creatie eerst of in de driehoek 'mediabureau, creatief bureau, nadere opdrachtgever').

8. **Mondelinge toelichting**

Op verzoek van de Nadere opdrachtgever wordt de debrief mondeling toegelicht door Opdrachtnemer. Deze toelichting vindt plaats binnen een redelijke termijn en draagt bij aan een gedeeld begrip van de voorgestelde aanpak.

9. **Data inzichtelijkheid**

Alle deelnemers hebben in meer of mindere mate behoefte aan gerealiseerde mediadata inzichten en - rapportages. Data kunnen middels download, rapportage, inlog met kijkrechten op business manager, ordersysteem, DSP of draaitabel of dashboard met exportmogelijkheid geleverd worden door Opdrachtnemer. Voor een download van data en of de bouw van een dashboard komen Nadere Opdrachtgever en Opdrachtnemer een projectplan overeen en een projectbegroting. In de projectbegroting mogen kosten staan voor de bouw (in uren) en duiding (in uren) en licentie kosten OOP.

Webanalyse data kunnen op verzoek van Nadere Opdrachtgever toegevoegd worden aan de gerealiseerde mediadata bij Opdrachtnemer. Op verzoek van

	<p>Nadere Opdrachtgever kunnen data ook bij Nadere Opdrachtgever in huis gehaald worden. Opdrachtnemer en Nadere Opdrachtgever komen een projectplan overeen en een projectbegroting. In de projectbegroting mogen kosten staan voor de bouw (in uren) en duiding (in uren) en licentie kosten OOP.</p>
<p>DV.7</p>	<p><i>Eisen aan evaluatie:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Rapportage van mediaprestaties en KPI's</b> Opdrachtnemer rapporteert de behaalde mediaprestaties en bijbehorende KPI's op meerdere niveaus: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totaalniveau.</li> <li>• Per mediumtype (bijvoorbeeld tv, online video, display, social, print, radio, etc.).</li> <li>• Per exploitant en/of platform (bijvoorbeeld Ster, Meta, Google, DPG Media).</li> <li>• Per doelgroep of doelgroepsegment. Alle prestaties worden waar mogelijk gekoppeld aan het toegepaste mediabudget (zowel gepland als gerealiseerd).</li> </ul> </li> <li>2. <b>Mate van realisatie van de doelstellingen vanuit de Media strategie</b> Opdrachtnemer geeft inzicht in de mate waarin de vooraf gedefinieerde mediastrategische doelstellingen zijn gerealiseerd. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hierbij wordt een vergelijking gemaakt tussen de beoogde en gerealiseerde resultaten.</li> <li>• Een volledig kostenoverzicht per kanaal en doelgroep maakt deel uit van deze evaluatie.</li> <li>• Alle overige in het werkplan mediaconsultancy afgesproken te evalueren doelstellingen en resultaten waaronder bijvoorbeeld webstatistieken (indien Nadere Opdrachtgever deze tijdig levert).</li> </ul> </li> <li>3. <b>Benchmarking</b> Opdrachtnemer vergelijkt de behaalde prestaties met relevante externe benchmarks (bijvoorbeeld marktgemiddelden), bureaubenchmarks en, indien beschikbaar, benchmarks van eerdere campagnes. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor digitale media worden ook webanalytics-benchmarks meegenomen (zoals CTR, viewability, conversiepercentages, etc.).</li> <li>• Indien de Rijksoverheid tijdens de looptijd van het contract eigen benchmarks ontwikkelt, worden prestaties ook aan deze maatstaven getoetst.</li> </ul> </li> <li>4. <b>Duiding en aanbevelingen</b> Opdrachtnemer voorziet de resultaten van een inhoudelijke duiding en context, waaronder: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflectie op behaalde mediare resultaten in relatie tot de campagnedoelstellingen.</li> <li>• Analyse van opvallende resultaten of afwijkingen.</li> <li>• Verklaring van succesfactoren of knelpunten.</li> <li>• Concrete aanbevelingen voor optimalisatie van toekomstige of vervolgcampagnes.</li> </ul> </li> <li>5. <b>Mondelinge toelichting</b> Op verzoek van de Nadere opdrachtgever licht opdrachtnemer de evaluatie mondeling toe in een overleg of presentatie. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deze toelichting wordt tijdig voorbereid en afgestemd op het kennisniveau en de informatiebehoefte van de Opdrachtgever.</li> <li>• Eventuele aanvullende vragen of verduidelijkingen worden schriftelijk beantwoord binnen een afgesproken termijn.</li> </ul> </li> <li>6. <b>Format en frequentie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluaties worden tijdig en in een vast format opgeleverd (bijvoorbeeld binnen 4 weken na afloop van de campagneperiode).</li> <li>• Evaluaties bevatten een heldere managementsamenvatting (max. 2 pagina's) waarin de belangrijkste conclusies, resultaten en aanbevelingen staan.</li> </ul> </li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle gebruikte data, berekeningen en bronbestanden worden transparant en overdraagbaar aangeleverd (bijvoorbeeld in rapport of draaitabel in Excel of als dashboard).</li> <li>• Indien rapportages onvolledig of beperkt betrouwbaar zijn, licht opdrachtnemer dit toe en doet waar mogelijk voorstellen ter verbetering van de methodiek binnen de toegestane kaders.</li> </ul>
DV.8	<p><i>Eisen met betrekking tot Programmazendtijd Rijksoverheid (televisie en radio):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Na elke campagne op radio- e/o televisie levert Opdrachtnemer een gestandaardiseerde media-evaluatie op met beperkte inhoudelijke interpretatie. De inhoud van de gewenste kerncijfers komen Opdrachtnemer en Opdrachtgever in later stadium overeen. Aanvullend levert Opdrachtnemer voor deze campagnes een vooraf per campagne overeengekomen dataset aan bij de afdeling Communicatieonderzoek van DPC en het verantwoordelijke onderzoeksbureau, waarin alle ingezette media (ook de aanvullend bijgekochte commerciële reclameruimte) van deze campagnes is opgenomen.</li> <li>• De afdeling Communicatieonderzoek van DPC onderzoekt naast de hiervoor genoemde campagnes ook alle overige 'voorlichtingscampagnes' met een budget vanaf € 250.000,- (deze ondergrens kan gedurende de looptijd van deze overeenkomst wijzigen). De afdeling signaleert deze campagnes en meldt ze als zodanig aan bij Opdrachtnemer. Ook voor deze campagnes dient Opdrachtnemer een standaard dataset op te leveren aan zowel de afdeling Communicatieonderzoek van DPC als het verantwoordelijke onderzoeksbureau.</li> </ul>
DV.9	<p><i>Eisen met betrekking tot advies over digitale infrastructuur voor de opdracht:</i></p> <p><b>1. Geautomatiseerde gegevensuitwisseling</b> De Opdrachtnemer dient te beschikken over een digitale infrastructuur waarbij gegevensuitwisseling tussen systemen zoveel mogelijk geautomatiseerd plaatsvindt. De Opdrachtnemer adviseert en ondersteunt bij het ontwerpen, optimaliseren en onderhouden van een dergelijke infrastructuur en stemt hierover halfjaarlijks af met Opdrachtgever</p> <p><b>2. Marktconforme systemen met ruimte voor maatwerk</b> De door de Opdrachtnemer geadviseerde systemen dienen algemeen gangbaar te zijn en breed toegepast te worden binnen de markt (o.b.v. best practices). Aanvullende eigen ontwikkelingen (zoals maatwerkcomponenten of API-koppelingen) ter verbetering of optimalisatie van de werking zijn toegestaan, mits deze goed worden gedocumenteerd en data eigendom van opdrachtgever eenvoudig overdraagbaar is.</p> <p><b>3. Kwaliteitsborging communicatie-uitingen</b> De geadviseerde en/of ingerichte infrastructuur dient de kwaliteit van de uitlevering van de communicatie-uitingen te kunnen garanderen. Dit betekent onder meer dat deze infrastructuur in staat moet zijn om levering, plaatsing en prestatie van media-uitingen te monitoren en te valideren (bijv. via logging, rapportages of integraties met verificatietools).</p> <p><b>4. Koppeling met verificatiesystemen</b> De infrastructuur en systemen dienen te kunnen worden gekoppeld aan verificatiesystemen of software voor het controleren van bijvoorbeeld uitlevering, fraudepreventie (zoals viewability, brand safety, ad fraud) en effectmeting.</p> <p><b>5. Wet- en regelgeving (AVG, ePrivacy)</b> Alle geadviseerde systemen dienen aantoonbaar te voldoen aan geldende wet- en regelgeving, waaronder de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) en de ePrivacy-richtlijn. Dit omvat ten minste het volgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventuele dataopslag dient plaats te vinden binnen de Europese Unie.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gegevensoverdracht en -opslag dienen end-to-end versleuteld te zijn volgens actuele standaarden.</li> <li>• Toegangsbeheer tot alle gebruikte systemen moet adequaat zijn ingericht, gebaseerd op het need-to-know-principe en up-to-date worden gehouden.</li> <li>• Er dienen aantoonbare beheersmaatregelen voor informatiebeveiliging te zijn genomen die in lijn zijn met het beveiligingsbeleid van de Rijksoverheid (bijv. BIO of ISO 27001-normen).</li> <li>• Indien persoonsgegevens worden gebruikt is ISO27701 van toepassing.</li> </ul> <p><b>6. Transparantie en overdraagbaarheid</b></p> <p>De infrastructuur dient transparant en overdraagbaar te zijn. De Opdrachtgever moet ten allen tijde volledig inzicht en toegang hebben tot de gebruikte systemen en de daarin verwerkte data. Eigenaarschap van de data ligt bij de Opdrachtgever.</p>
DV.10	<p><i>Eis transparantie:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtgever krijgt inlog &amp; kijkrechten vanuit een overall positie op alle accounts (hoogste autorisatie niveau) van ieder platform en op iedere DSP waar en waarmee door de Staat der Nederlanden wordt geadverteerd. Export van data levert Opdrachtnemer op aanvraag in format als gevraagd.</li> <li>• Indien Opdrachtgever meer details verlangt over welke data bron/vorm dan ook, dan zorgt Opdrachtnemer dat Opdrachtgever toegang tot deze data krijgt.</li> </ul>
DV.11	<p><i>Eisen aan gebruik van AI-toepassing (indien van toepassing):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indien AI wordt ingezet in dit onderdeel, zijn de algemene AI-eisen van toepassing (zie Bijlage <i>Inzet en gebruik van AI</i>).</li> <li>• Defensie AI Verordening (Zie meegezonden Bijlage).</li> </ul>
DV.12	<p><i>Eisen aan online optimalisatie:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer bepaalt in overleg met Nadere Opdrachtgever de optimalisatie KPI's passend bij de strategie en prioriteert deze.</li> <li>• Opdrachtnemer in overleg met Nadere Opdrachtgever stelt vast op welke momenten een campagne bijgestuurd moet worden.</li> <li>• Opdrachtnemer in overleg met Nadere Opdrachtgever geeft aan welke optimalisatie geautomatiseerd en welke handmatig plaatsvindt.</li> <li>• Opdrachtnemer in overleg met Nadere Opdrachtgever geeft bovenstaande weer in een meetplan.</li> </ul>
DV.13	<p><i>Eisen aan administratie voor het collectief:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer voert een detail-administratie en stelt periodiek (afhankelijk van de nader te bepalen wensen dagelijks tot maandelijks) een aantal door Opdrachtgever benoemde financiële documenten ter beschikking aan Opdrachtgever. Opdrachtgever wil namelijk periodiek de juistheid, tijdigheid en rechtmatigheid van processen kunnen vaststellen en controleren. Dat kan via een meekijkbevoegdheid, maar ook via standaard rapportages.</li> </ul> <p>Over de details van de inrichting van de media-administratie en over de details van de vastlegging van orders hebben Opdrachtgever en Opdrachtnemer nader contact na de gunning.</p>
DV.14	<p><i>Eisen aan facturatie:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer belast alle kosten, die verbonden zijn aan zijn mediaplacements eerst door aan Opdrachtgever. Na de doorbelasting aan Opdrachtgever belast Opdrachtnemer namens Opdrachtgever, alle Nadere opdrachtgevers door voor alle mediakosten, die ze bij Opdrachtgever in rekening heeft gebracht (zie ook</li> </ul>

	<p>bovenstaande). Opdrachtgever schrijft voor dat de doorbelasting aan Nadere opdrachtgevers op onderstaande wijze plaatsvindt.</p> <p>Wekelijks op woensdag of donderdag, waarbij aan de volgende voorwaarden moet worden voldaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Print: printplaatsing moet hebben plaatsgevonden.</li> <li>2. Out of Home (niet-digitaal): eerste uiting moet zijn uitgehangen.</li> <li>3. RTV: in de derde week volgend op de maand van uitzending.</li> <li>4. Online – overige kanalen inclusief digital out of home: gehele budget in de week, waarin de campagne afloopt.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-facturatie is de standaard. Gedurende de looptijd van de raamovereenkomst moet Opdrachtnemer e-facturen en facturen als pdf kunnen versturen aan Opdrachtgever en namens Opdrachtgever aan Nadere opdrachtgevers.</li> <li>• Vanwege het tijdig kunnen sluiten van de boeken vraagt Opdrachtgever aan Opdrachtnemer jaarlijks om een aanpassing van het facturatiemoment voor de laatste maanden van het kalenderjaar.</li> <li>• Facturering uren en kosten derden: Naast mediafacturen zal Opdrachtnemer ook de kosten voor uren en voor eventuele kosten van derden, zoals (markt)onderzoek, moeten kunnen verwerken en in rekening brengen. Ook voor deze kosten geldt dat Opdrachtgever deze moet bekrachtigen, na goedkeuring door de Nadere opdrachtgever. Vervolgens mogen deze kosten in rekening worden gebracht. Voor deze facturen geldt eveneens dat deze eerst bij Opdrachtgever in rekening moeten worden gebracht en vervolgens namens Opdrachtgever moeten worden doorbelast aan Nadere opdrachtgevers (DPC_uitgevoerd_door_Opdrachtnemer). Opdrachtgever stelt voor deze facturen één keer per maand te verzenden aan Nadere opdrachtgevers en wel op de eerste donderdag na afloop van de voorgaande maand. Uiteraard op voorwaarde dat de dienstverlening is afgerond en de correcte factuur van de betreffende derde is ontvangen.</li> </ul>
DV.15	<p><i>Eisen aan regievoering:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer voert samen met Opdrachtgever (oftewel het team media-inkoop) de overall regie uit op alle inkoopopdrachten, zorgt voor kennisverzameling, presentatie en uitwisseling en stelt de nodige overall rapportages ter beschikking aan Opdrachtgever zoals omschreven in de opdrachtoomschrijving.</li> </ul>
DV.16	<p><i>Eisen aan opdrachtbevestiging:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De bevestiging van media(plaatsings)opdrachten en projectbegrotingen (voor uren en kosten derden) door Opdrachtgever zal plaatsvinden op een nader te bepalen wijze. Op dit moment vindt media opdrachtbevestiging plaats door een wekelijkse akkoordverklaring door Opdrachtgever op een door Opdrachtnemer verzonden e-mail met verkregen opdrachten in het hele kalenderjaar. De projectbegrotingen gaan op eenzelfde wijze alleen maandelijks.</li> </ul>
DV.17	<p><i>Eisen aan servicecenter Opdrachtnemer:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer richt een servicecenter voor Opdrachtgever in.</li> <li>• Telefonisch bereikbaar tijdens kantooruren (<del>8:00 uur – 18:00 uur</del> <a href="#">nav vraag 260, NvI-2: 9:00 uur – 17:00 uur</a>) op alle werkdagen van de week.</li> <li>• <i>Centraal e-mailadres: DPCservicecenter@.....</i></li> <li>• Er dient een noodprocedure ingericht te worden door Opdrachtnemer waardoor Opdrachtgever ook buiten kantooruren bij calamiteiten contact kan opnemen met Opdrachtnemer.</li> <li>• Opdrachtnemer dient de orders via het Servicecenter herkenbaar te registreren.</li> <li>• Dit servicecenter ondersteunt Nadere opdrachtgevers waarvoor de inkoop van mediaruimte geen dagelijkse routine is.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• het servicecenter behandelt algemene vragen en klachten van Nadere opdrachtgevers over alle aspecten van de dienstverlening (bijvoorbeeld vragen/klachten over begrotingen en procuraties en facturen).</li> <li>• Verder komt het regelmatig voor dat mediaorders zonder advies (zelfplaatsers) behoefte hebben aan een zogenaamd 'klein' advies op eenvoudige vragen. Het servicecenter handelt dit af. Zie de opdrachtoomschrijving Bijlage III mediaorders zonder advies (zelfplaatsers)</li> <li>• Opdrachtgever verlangt van Opdrachtnemer dat het servicecenter tijdens kantooruren telefonisch en via e-mail bereikbaar is.</li> <li>• Op vragen wordt binnen één werkdag gereageerd.</li> </ul>
DV.18	<p><i>Eisen aan inrichting en beheer infrastructuur:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtgever verwacht dat Opdrachtnemer in het implementatieplan aangeeft van welke infrastructuur ze gebruik wil maken om de Diensten te leveren.</li> <li>• Opdrachtgever eist van Opdrachtnemer dat deze gebruik maakt van een volledig geïntegreerde administratieve infrastructuur die opdrachten kan verwerken van procuratie tot en met facturering. Na goedkeuring van het implementatieplan door Opdrachtgever kan Opdrachtnemer starten met contracttering, bouw, inrichting en beheer van deze infrastructuur.</li> <li>• Opdrachtgever eist van Opdrachtnemer dat zij kijkrechten krijgt tot de administratieve infrastructuur en rapportages kan draaien op alle variabele die gebruikt worden voor het vastleggen van een mediaorder.</li> <li>• Opdrachtnemer eist van Opdrachtnemer meekijk rechten of meekijken op loglevel data of presentatie van data achter inlog op alle systemen waar media experts de data uithalen voor sturing, campagneopzet, optimalisatie, resultaten, evaluatie, factureren.</li> <li>• Naast de administratieve infrastructuur draagt Opdrachtnemer zorg dat beschikbaar is het geheel aan voorzieningen nodig voor de uitlevering van alle soorten advertentiemateriaal zoals de kwantitatieve en kwalitatieve leveringscontrole (zie de Bijlage Prestatiebewijs-bewijsnummering), het optimaliseren gedurende de campagne, het realtime 24/7 beschikbaar hebben en of op verzoek weergeven van de mediare resultaten in een rapport/draaitabel/dashboard per Nadere Opdrachtgever, de inrichting en het beheer van diverse systemen zoals het Google MCC van de Rijksoverheid, het FBM, LinkedIn Campaign Manager, Demand Side Platforms, Ad managementsysteem, Validatietools, Optimalisatie tools en gelijkwaardige diensten en zaken.</li> </ul>
DV.19	<p><i>Eisen aan kennisoverdracht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eén keer per kwartaal organiseert Opdrachtgever een mediabijeenkomst voor gebruikers van de overeenkomst (Nadere opdrachtgevers) in Den Haag. Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij mede signaleert welke onderwerpen belangrijk, interessant en actueel zijn voor deze gebruikers. Daarnaast verzorgt Opdrachtnemer de presentaties en sprekers.</li> <li>• Eén keer per jaar houden Opdrachtnemer en Opdrachtgever een brainstorm over welke kansen en mogelijkheden en wensen er zich voordoen. Zijn er ontwikkelgebieden te beschrijven? Past onze manier van werken nog wel bij de nieuwe omgeving? Enzovoort.</li> <li>• Eén keer per jaar beoordeelt Opdrachtnemer het functioneren van Opdrachtgever en Nadere opdrachtgevers door middel van een fysieke bijeenkomst waarin de Opdrachtnemer de beoordeling presenteert.</li> </ul>
DV.20	<p><i>Eisen aan accountoverleg:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Met Opdrachtgever (DPC)</u> Opdrachtnemer en het team media-inkoop van Opdrachtgever hebben twee keer per maand voortgangsoverleg in Den Haag om de voortgang van de dienstverlening en actuele zaken te bespreken. Hierbij is minimaal de accountverantwoordelijke van Opdrachtnemer aanwezig.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Met Nadere opdrachtgevers</u> Indien een Nadere opdrachtgever hieraan behoefte heeft, heeft Opdrachtnemer (in casu de accountverantwoordelijke) maximaal twaalf keer per jaar gedurende maximaal twee uur een overleg met Nadere opdrachtgever over de afgeronde, lopende en (mogelijk) toekomstige opdrachten. Ook eventuele fricties in de samenwerking of bij uitvoering van opdrachten moeten in dit overleg tussen partijen besproken worden. Naar schatting zijn er ongeveer vijftien Nadere opdrachtgevers die behoefte hebben aan maandelijks overleg. De overige Nadere opdrachtgevers hebben minder of geen behoefte aan een dergelijk hoge frequentie.</li> </ul>
DV.21	<p><i>Eisen aan managementrapportages:</i></p> <p>Opdrachtnemer rapporteert periodiek over de voortgang van de Diensten. Hierbij zijn de KPI's op collectief niveau en aanvullend op Nadere Opdrachtgever niveau de basis. Deze rapportages bestaan uit:</p> <p><i>Dagelijks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Update van gerealiseerde verkopen en geplande verkopen met een veertigtal campagnekenmerken (draaitabel) en PO-nummer en e-mailadres van Nadere Opdrachtgever.</li> </ul> <p><i>Maandelijks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Algemeen</li> <li>• Opdrachtgever hecht aan rapportages over gerealiseerde netto mediabestedingen en daarvan de gemiddelde maandtarieven in CPM per platform, CPC voor SEARCH, CPM per DSP, CPM per publisher (direct en DSP) over het volledige volume van de Staat der Nederlanden.</li> <li>• Alle achteraf informatie levert Opdrachtnemer binnen drie maanden na realisatie.</li> <li>◦ Specifiek</li> <li>• Update mediabestedingen Meta (per jaar per maand), eCPM Facebook en eCPM Instagram, de campaign buying type, campaign objective, impressies, clicks, CPC, CTR en van alles het verloopt. Per Nadere Opdrachtgever, per campagne. Bij voorkeur een draaitabel.</li> <li>• Update mediabestedingen Google (per jaar en per maand) en vertoningen Google SEA: Netto mediabestedingen, impressies, clicks, CPC, CTR en van alles het verloop. Ook % toppositie, gemiddelde vertoning (absolute top) per maand en netwerk, uitsplitsing van data naar bureau data en zelfplaatser data. Bij voorkeur een draaitabel.</li> <li>• Update mediabestedingen alle DSP's (per jaar en per maand). Per DSP de netto mediabestedingen en de OOP techkosten het mediaformat (display, dooh, mobiel, native, video) Per publisher de netto bestedingen, impressies, clicks. Bij voorkeur in een draaitabel. In een draaitabel per DSP per mediadebiteur per campagnenaam de netto bestedingen.</li> <li>• Update gemiddelde kwaliteit (per jaar en per maand) per CPM per publisher en platform. Kwaliteit is hier op basis van IAS metingen (of gelijkwaardig) van viewability, brandsafety, fraude vrij en dat als kwaliteitsindex bij de gemiddelde maandelijkse bestedingen en de gemiddelde maand CPM per publisher. Bij voorkeur in een draaitabel.</li> <li>• Update mediabestedingen (per jaar per maand) van LinkedIn Marktsolutions (eCPM) apart van LinkedIn Talentsolutions (aantallen en prijzen en namen van de Saastools), impressies, clicks, CPC en CTR. Alles per mediadebiteur en campagnenaam en bijvoorkeur in een draaitabel.</li> <li>• Rapportage 'kosten derden'.</li> <li>• Urenrapportage per periode, per mediadebiteur, per activiteit, per project (draaitabel).</li> <li>• Op aanvraag dient Opdrachtnemer direct te kunnen leveren de mediabestedingen per publisher tot op de locatie van uitlevering (titel, url).</li> </ul>

	<p><i>Halfjaarlijks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een rapportage over het voldoen aan de verplichting voor social return.</li> </ul> <p><i>Jaarlijks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een inkoopvoordeelrapportage op mediumtype/kanaal niveau op totaal Rijksoverheidsniveau en voor een (plusminus) twintigtal nadere te specificeren Nadere opdrachtgevers (op te leveren in de laatste week van januari).</li> <li>• Mediakosteninflatie-rapport per mediumtype, per platform.</li> <li>• Jaartarieven-rapportage (jobboards, print, rtv)</li> <li>• Een overzicht van de in rekening te brengen/gebrachte uurtarieven per functie.</li> <li>• Ieder voorjaar een download van de mediadata van het kalenderjaar ervoor in een door DPC te specificeren format.</li> <li>• Een beheerverslag waarin minimaal vermelding is van informatiebeveiligingsincidenten en geïmplementeerde beheersmaatregelen op het gebied van informatiebeveiliging (beheersverslag BIO).</li> </ul>
DV.22	<p><i>Eisen aan data inzichtelijkheid:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer stelt mediadata beschikbaar voor Opdrachtgever, team media inkoop, met de overall inkoopresultaten per publisher en per DSP per publisher in combinatie met de geleverde doorgemeten kwaliteit van de levering en met uitsplitsing naar mediadebiteur en campagnenaam. Wenselijk is een kwartaalrapport in de vorm van een draaitabel.</li> <li>• Opdrachtnemer stelt mediadata beschikbaar voor de Nadere opdrachtgevers die hieraan behoefte hebben in een nader af te spreken vorm. In deze vorm zijn alle campagnes (zowel offline als online) van een Nadere opdrachtgever opgenomen. Het bevat de belangrijkste media standaard KPI's per campagne inclusief budget. Deze mediadata moeten minimaal één keer per etmaal vernieuwd worden of al naar gelang in de nadere afspraken overeengekomen.</li> <li>• Ten behoeve van de klantrelatie registreert Opdrachtnemer alle relevante documenten van en voor en over Opdrachtnemer die onder dit contract tot stand komen. Dit register is doorzoekbaar en ook toegankelijk voor (Nadere)Opdrachtgevers. Dit zijn digitale documenten over de (Nadere) opdracht(en) die relevant zijn voor de medewerkers van het bureau en documenten die tussen NOG en mediabureau zijn uitgewisseld over de Nadere Opdrachten. Mensen die werken op het account kunnen zich optimaal informeren met dit register over Opdrachtgever, campagnes en losse plaatsingen, alles wat relevant is voor mediadienstverlening. Doel is ondersteuning aan de samenwerking Opdrachtnemer en Nadere Opdrachtgever.</li> <li>• Opdrachtnemer stelt een (digitaal) platform (site) voor Nadere Opdrachtgevers en Opdrachtgever (besloten deel, alleen toegankelijk voor Opdrachtgever) beschikbaar voor uitwisseling van documenten en bestanden tussen belanghebbenden. Tevens plaatst Opdrachtnemer een aantal algemene documenten, die verband houden met de dienstverlening op dit platform. Voorbeelden van deze algemene documenten zijn: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contract tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer;</li> <li>○ Beschrijving van de wijze, waarop bewijsnummering plaatsvindt;</li> <li>○ Noodprocedure;</li> <li>○ Formulieren voor mediaorders zonder advies (zelfplaatsformulieren print en online);</li> <li>○ Handleiding bij de formulieren mediaorders zonder advies;</li> <li>○ Antwoorden op veelvoorkomende vragen, zo nodig in de vorm van handleidingen.</li> </ul> </li> </ul>
DV.23	<p><i>Algemene eisen met betrekking tot media-uitvoering:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer moet voldoende capaciteit beschikbaar stellen om circa 4.000 Nadere opdrachten (procuraties) per jaar te kunnen verwerken. Opdrachtnemer</li> </ul>

	<p>anticipeert daarbij op de voor de markt kenmerkende fluctuaties in de werkdruk en de beschikbaarheid van advertentieruimte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opdrachtnemer dient een noodprocedure in te richten en te onderhouden voor calamiteiten buiten kantooruren gedurende de gehele contractperiode. De reikwijdte van deze noodprocedure dient ook eventuele onderaannemers en/of derden te omvatten.</li> </ul> <p>Opdrachtnemer dient Opdrachtgever en alle Nadere opdrachtgevers te informeren over deze noodprocedure en 24/7 raadpleegbaar te maken en houden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opdrachtnemer verzorgt en beheert het Google MCC van de Rijksoverheid.</li> <li><del>Opdrachtgever-Opdrachtnemer (wijziging nav NvI-1 vraag 174)</del> richt in, verzorgt en beheert voor de Rijksoverheid de facebookmanager (FBM) en een LinkedIn Market Solutions accountstructuur. Andere sociale media zoals Snapchat en Pinterest kunnen ook onderdeel van de verantwoordelijkheid van Opdrachtnemer worden.</li> <li><del>Opdrachtgever-Opdrachtnemer (wijziging nav NvI-1 vraag 174)</del> stelt een rapport/draaitabel/dashboard beschikbaar waarin de (individuele) campagneresultaten kunnen worden afgelezen. In het rapport/draaitabel/dashboard vermeldt Opdrachtnemer de mediaprestaties (KPI's) op diverse niveaus (bijvoorbeeld totaal niveau, per mediumtype, per exploitant of per doelgroep) gekoppeld aan budget.</li> <li>Voor die campagnes waarvan de mediaprestaties niet beschikbaar komen middels een rapport/draaitabel/dashboard, stelt Opdrachtnemer een eenvoudig overzicht met de mediaprestaties /eindresultaten beschikbaar aan de Nadere opdrachtgever. Uitgezonderd mediaorder zonder advies, zij stellen zelf de mediaprestaties op. Nota bene: een mediaprestatierapport is geen evaluatie.</li> <li><del>Opdrachtgever-Opdrachtnemer (wijziging nav NvI-2 vraag 265)</del> stelt een recruitmentmarketing platform (of jobmarketingtool) beschikbaar waarin Nadere opdrachtgevers jobboardopdrachten kunnen plaatsen en beheren. Binnen het recruitmentmarketing platform is een koppeling mogelijk met de ATS van de Nadere opdrachtgever.</li> </ul>
DV.24	<p><i>Eisen aan media-inkoop:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De uitvoering en het onderhandelingsproces dient op een gestructureerde, integere, transparante, effectieve en efficiënte manier plaats te vinden. Het inkoopproces dient uit te monden in kwantitatieve en kwalitatieve tariefcondities voor alle mediumtypen. Van deze tariefcondities verwacht Opdrachtgever dat ze ten opzichte van een onafhankelijke benchmark van een auditor minimaal 'marktgemiddeld' zijn. Dit laatste geldt zowel voor de kwantitatieve als kwalitatieve condities.</li> <li>Periodiek beschikbaar stellen aan het team media-inkoop van Opdrachtgever van nader te specificeren rapportages met betrekking tot resultaten van de inkoop van media.</li> <li>Andere toeslagen dan licentiekosten en doorverkoop met winst oogmerk (zoals reselling van mediaruimte of content) zijn niet toegestaan.</li> <li>Opdrachtgever vergoedt alleen de licentiekosten voor de DSP, admanagementkosten en validatiekosten. Andere inkoopkosten zoals configuratie van de systemen, functioneel beheer, workflowmanagement en dergelijke valt onder de bureauvergoeding.</li> </ul>
DV.25	<p><i>Eisen aan DSP (Demand side platform):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opdrachtnemer richt voor de Rijksoverheid meerdere inkoopplatformen, DSPs, in waarmee alle mogelijke media, alle kanalen, alle devices en alle formaten volledig geautomatiseerd kunnen worden ingekocht. Let wel, meerdere DSP's maar niet meer dan noodzakelijk. De voorkeur van de rijksoverheid gaat uit naar onafhankelijke technologie van Europese origine. Voor de primaire DSP heeft de DSP van Adform de voorkeur of een gelijkwaardige, gelijksoortige DSP van Europese origine. Als het niet kan via de primaire DSP of als het substantieel</li> </ul>

	<p>rendabeler is via een andere DSP dan de inkoop aanvullen met inkoop via andere DSP's.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De DSP-data zijn volledig transparant voor Opdrachtgever tot en met de log level data.</li> <li>• Opdrachtnemer garandeert dat DSP-data van de Rijksoverheid volledig op Europees grondgebied worden opgeslagen. Als dat onverhoopt niet mogelijk is dan is dit vastgelegd in de verwerkersovereenkomst.</li> <li>• Met de DSP's dient Opdrachtnemer na inrichting minimaal 85% van het Nederlandse publiek van 12 jaar en ouder te kunnen bereiken binnen een redelijke termijn.</li> <li>• Opdrachtnemer zorgt voor de validatie van de uitlevering op alle relevante en technisch mogelijke variabelen zoals viewability, uitkijktijden, brandsafety, fraudevrij en belast de kosten voor de validatie transparant door af factuur aan Nadere opdrachtgevers gerelateerd aan de betreffende mediakosten.</li> <li>• DSP-data dienen gedeeld te worden met de Opdrachtgever en of Nadere Opdrachtgever middels download, rapportage en of inlog.</li> <li>• De keuze voor het gebruik van nieuwe of andere DSP's dient vooraf gemotiveerd voorgelegd te worden aan de DPC-contractmanagers. Opdrachtnemer geeft halfjaarlijks verslag van marktontwikkelingen en komt met marktconforme adviezen voor het nieuw inregelen, verder ontwikkelen en of stopzetten van DSP's.</li> <li>• Eis is dat voor de media executie van orders van iedere Nadere opdrachtgever er voldoende kwalitatieve inventaris bij uitgevers beschikbaar is middels de ingeregelde inkooptools. Inkopen op de open veiling valt af omdat de kwaliteit niet te garanderen is op voldoende niveau.</li> <li>• Rapportage aan de DPC-contractmanagers over de digitale inkoopresultaten op maandbasis.</li> <li>• Onderdeel van deze opdracht is een gegevenslevering overeenkomst voor de databeschrijving voor de rapportage en de levering van data.</li> <li>• Voorkeur heeft cookie-loos met first party ID-oplossing</li> <li>• Voorkeur heeft frequency cap per browser (Edge, Chrome, Safari, Firefox)</li> <li>• DSP heeft AI-planning tool</li> <li>• DSP kan omnichannel inkopen (connected tv, audio, video, display, ooh)</li> <li>• Fee is inclusief service door DSP-leverancier aan mediabureau</li> <li>• In de Bidstream heeft elke publisher de eigen first party ID staan</li> <li>• Aantal vender ID's in de DSP is volledig AVG proof en qua aantal minimaal 30.</li> <li>• Koppelen DSP met SSP gaat automatisch</li> <li>• Handmatige campagne setup</li> <li>• Handmatige site trackers voor informatie over clicks en downloads van site</li> <li>• Mocht het voor de beschikbaarheid van data uit DSP's voor de Staat der Nederlanden nuttig zijn om DSP-licenties direct af te nemen dan dient Opdrachtnemer dit te adviseren en in te regelen. Beschikbaarheid betreft data transparantie, data toegang en data archivering.</li> </ul>
DV.26	<p><i>Eisen uitvoeren media-orders:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer stelt een bestelformulier via het op te zetten digitale platform (site) beschikbaar (in huisstijl DPC met DPC-logo) voor Nadere opdrachtgevers (zelfplaatsers) voor alle kanalen, waarin Nadere opdrachtgevers een uiting willen plaatsen.</li> <li>• Opdrachtnemer faciliteert dat het accorderen van procuraties en projectbegrotingen zowel met natte handtekening als digitale handtekening uitgevoerd kan worden door Nadere opdrachtgever.</li> <li>• Opdrachtnemer past een automatisch genererende naming convention voor campagnenamen toe, opdat procuraties voor verschillende mediumtypen foutloos te groeperen zijn per campagne.</li> <li>• Opdrachtnemer dient gebruik te maken van een 'administratief systeem', waarbij de invoer van opdrachten tot en met facturering volledig is geïntegreerd. Dit ter ondersteuning van de kwaliteit en de voortgangscontrole van de projecten.</li> <li>• Orders moeten foutloos, transparant, accuraat en tijdig worden ingevoerd.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer test/controleert alle aangeleverde materialen bij online-inzet binnen een met Opdrachtgever af te stemmen maximale termijn.</li> <li>• Indien materiaal niet op tijd wordt aangeleverd, rappelleert Opdrachtgever bij creatief bureau (indien dit bekend is, anders bij Nadere opdrachtgever).</li> <li>• Opdrachtnemer stelt voor online campagnes een met de Nadere opdrachtgever afgestemd meetplan op. In dit meetplan zijn ook de contactmomenten vermeld alsmede de participanten en het communicatiekanaal. Uitzondering zijn mediaorders zonder advies.</li> <li>• Opdrachtnemer controleert de inzet voor alle mediumtypen op kwalitatieve en kwantitatieve aspecten, stelt op verzoek een bewijsnummer beschikbaar, maakt een screenshot (inclusief datumvermelding) bij de start van een onlinecampagne voor Nadere opdrachtgever of stuurt een bewijs van de start van een onlinecampagne. Een zogenaamd linkje is niet voldoende, omdat na beëindiging van de campagne het linkje niet meer werkt en daarmee later geen bewijsnummer meer bestaat. Opdrachtnemer dient over een protocol te beschikken op welke wijze de bewijsnummering wordt uitgevoerd en gecontroleerd.</li> <li>• Opdrachtnemer levert op verzoek van Opdrachtgever en/of Nadere opdrachtgever campagnedata aan derden, zoals auditors en onderzoekbureaus.</li> <li>• Opdrachtnemer verzorgt het data verkeer en tagging van alle campagnes.</li> <li>• Opdrachtnemer optimaliseert offline media-inzet voor die kanalen, waarbij dit gebruikelijk of noodzakelijk is op basis van de per campagne afgesproken KPI's.</li> <li>• Opdrachtnemer stelt een slotfactuur op voor alle inzet in die kanalen, waarbij de definitieve kosten op basis van gerealiseerde media-inzet worden bepaald. Dit doet Opdrachtnemer binnen drie weken na laatste dag van de media-inzet.</li> <li>• De eindfactuur mag nooit een hoger bedrag bevatten dan waarvoor de Opdrachtgever getekend heeft.</li> <li>• Opdrachtnemer verzorgt voor geautomatiseerd inkopen de campagneopzet en bidstrategie passend bij het media- en optimalisatieplan en de afspraken in de procuratie.</li> </ul>
DV.27	<p><i>Eisen aan ad server:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer maakt voor de totale Rijksoverheid gebruik van één ad server voor alle uitlevering van online materialen. Deze ad server dient bekend en geaccepteerd te worden door alle vooraanstaande media-exploitanten in het bijzonder door de preferred exploitanten van de Rijksoverheid.</li> <li>• Technische helpdesk: Omdat er zeer veel verschillende creatieven continu werk aan moeten leveren dient er een technische helpdesk bereikbaar te zijn tijdens kantooruren (en voor noodgevallen daarbuiten). Deze helpdesk ondersteunt de creatieven bij het technische maatwerk en de implementatie van het advertentiemateriaal in de betreffende ad server en het uploaden naar de verschillende publishers. De mensen van de helpdesk beheersen de Nederlandse taal.</li> <li>• Verbindingen en rapportage: Middels de ad server kan de afdeling Ad Ops bij alle wenselijke publishers het materiaal correct aanleveren (met op verzoek ook webanalyse tagging) en de publicaties kwantitatief (impressies en clicks) en kwalitatief (zichtbaar voor het oog en time on site) controleren en rapporteren. Ad Ops stelt op aanvraag ook de data uit de Ad server beschikbaar aan de Opdrachtgever en aan (Nadere) opdrachtgevers. Dit geldt tevens als de ad server een DSP adserver is.</li> <li>• Dataveiligheid: Ad server en de bijbehorende dienstverlening voldoet aan de normen zoals gesteld onder eisen IB&amp;P.</li> </ul>
DV.28	<p><i>Eisen aan media-administratie:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtgever eist als contractbeheerder dat Opdrachtnemer jaarlijks een accountantsverklaring overlegt, waarin alle informatie met betrekking tot <u>alle</u> inkomsten uit de Opdracht wordt verstrekt en waaruit blijkt dat de administratie conform de voorschriften, richtlijnen en afspraken is uitgevoerd. De minimaal te</li> </ul>

rapporteren gegevens worden jaarlijks in de maand oktober van het kalenderjaar vastgesteld in het zogenaamde accountantsprotocol.

- Opdrachtnemer moet voldoende capaciteit beschikbaar stellen om circa 4.000 opdrachten per jaar te kunnen verwerken. Een opdracht kan bestaan uit meerdere orders en een order kan meerdere orderregels bevatten. Een orderregel heeft altijd betrekking op plaatsing bij één media-exploitant en kan betrekking hebben op meerdere formaten.
- In de administratie dient de opdrachtnemer een aantal verplichte velden vast te leggen, waaronder minimaal PO-nummer, emailadres Nadere opdrachtgever en soort product (Algemene communicatie, Arbeidsmarktcommunicatie, Kennisgevingen). Zie ook Opdrachtschrijving Bijlage V1 Procuraties (media) en projectbegrotingen (uren).
- In de administratie dient de opdrachtnemer de campagnenaam volgens een vaste 'naming convention' vast te leggen.
- Van elke opdracht dient Opdrachtnemer namens Opdrachtgever een opdrachtbevestiging en mediabegroting te sturen aan een Nadere opdrachtgever. Aangezien opdrachten nog wel eens aangepast worden, is het aantal te versturen opdrachtbevestigingen en mediabegrotingen groter dan het aantal opdrachten.
- Van elke opdracht dient Opdrachtnemer vast te stellen en aan te tonen dat de opdracht volledig is uitgevoerd.
- Facturen mogen pas worden verstuurd als de opdracht volledig is uitgevoerd (prestatie is geleverd).
- Voor gedeeltelijk uitgevoerde opdrachten mag opdrachtnemer een overeenkomstig deel van de geplande kosten in rekening brengen.
- Indien teveel in rekening is gebracht, moet het teveel betaalde bedrag worden gerestitueerd.
- Opdrachtnemer moet in staat zijn om e-facturen te ontvangen en te versturen namens Opdrachtgever.
- Opdrachtnemer voldoet de door media-exploitanten in rekening gebrachte kosten, indien er (betalings)korting te verkrijgen is, binnen de hiervoor gestelde termijn.
- Opdrachtnemer belast rekeningen van media-exploitanten door aan opdrachtgever conform de overeengekomen op- en afslagen met een betalingstermijn van zeven dagen.
- Opdrachtnemer belast namens Opdrachtgever, Nadere opdrachtgevers door conform de opgegeven op- en afslagen voor hun opdrachten met een betalingstermijn van dertig dagen.
- Informatie vanuit de administratie dient zowel op orderbasis als factuurbasis inzichtelijk te kunnen worden gemaakt.
- Opdrachtgever zal Opdrachtnemer ieder jaar in het derde kwartaal verzoeken om in verband met de jaarafsluiting (rond 10 december) op de departementen alle half november ingelegde opdrachten eind november vooruit te factureren aan nadere opdrachtgevers.
- Verschillen in bedragen tussen de inkoop van mediaruimte en doorbelasting van mediaruimte aan Nadere opdrachtgevers dienen in de administratie altijd actueel en zichtbaar te zijn (zogenaamde NTO). Opdrachtnemer dient hierover periodiek aan Opdrachtgever te rapporteren (zogenaamde inkoop-verkoopoverzicht).
- Opdrachtgever eist van Opdrachtnemer dat ze dagelijks de ontvangsten op de bankrekening van DPC bijwerkt.
- Opdrachtnemer rapporteert elk kwartaal over de MVK-verwachting en verkregen betalingskorting aan Opdrachtgever.
- Opdrachtnemer verzorgt tevens het crediteurenbeheer voor Opdrachtgever.
- Administratie dient op een groot aantal klantkenmerken, zoals naam Nadere opdrachtgever, klantnummer, factuurnummer, factuurdatum, et cetera benaderbaar te zijn voor Opdrachtgever.
- Opdrachtgever moet het debiteurenbestandsbeheer verzorgen, inclusief keurige aanmaningen tot betalen en dossieropbouw. Tot dit bestandsbeheer behoort ook het doorvoeren van mutaties in dit bestand en het beschikbaar stellen van de mediadebiteurengegevens voor de procuraties en facturen. Voor nieuwe debiteuren geldt dat Opdrachtgever deze eerst moet goedkeuren, voordat deze mogen worden opgevoerd.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wekelijks krijgt opdrachtgever in totalen de mutaties uit de administratie van opdrachtnemer door teneinde aansluiting te behouden op de eigen financiële administratie van opdrachtgever.</li> <li>• Uiterlijk 1 december 2026 moet de administratie conform bovenstaand eisen gereed zijn.</li> </ul>
DV.29	<p><i>Eisen aan inrichting infrastructuur administratie:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer moet in staat zijn om opdrachten voor 2027 vanaf 16 november 2026 te verwerken.</li> <li>• De infrastructuur voldoet aan de wettelijke Nederlandse eisen over het voeren van een administratie.</li> <li>• Eventuele koppelingen tussen administratieve systemen dienen volledig geautomatiseerd te verlopen, handmatige koppelingen zijn niet toegestaan. Tijdens de implementatiefase wordt nader beoordeeld welke koppelingen er gemaakt moeten worden, waarbij de afdeling IB&amp;P van DPC toeziet dat de koppelingen voldoen aan de geldende wet- en regelgeving.</li> </ul>
DV.30	<p><i>Eisen met betrekking tot Arbeidsmarktcommunicatie:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inschrijver beschikt over aantoonbare expertise in arbeidsmarktcommunicatie, incl. kennis vanuit arbeidsmarkt- en doelgroeponderzoek en trends (bijvoorbeeld krapteberoepen, generatieverschillen en online gedrag van doelgroepen).</li> <li>• Inschrijver beschikt over aantoonbare expertise in jongerencommunicatie.</li> </ul>
DV.31	<p><i>Eisen met betrekking tot vacatureplaatsingen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer geeft advies over titelkeuze (=vacaturesites/mediakeuze) op basis van benchmark en/of doelgroeponderzoek en/of match tussen vakgebied vacature en vakgebied titel.</li> <li>• Opdrachtnemer levert een publicatie tool waarmee vacatureteksten eenvoudig en deels geautomatiseerd gepubliceerd kunnen worden op vacaturebanken. Opdrachtnemer richt deze inkooptool op maat in voor de Rijksoverheid met passend aanbod van de grotere publishers en veelvoorkomende vacaturesites en veelvoorkomende vaktitels. Vacatureplaatsingen die niet via een publicatietool verwerkt kunnen worden voert Opdrachtnemer handmatig uit.</li> <li>• Voor de Belastingdienst, Douane en Toeslagen zijn op de resp. WerkenBij-sites XML-feeds gerealiseerd, die alle vacatures bevatten. Wij verwachten van de nieuwe functionaliteit, dat deze de XML-feeds kunnen lezen en de vacatures kan publiceren op jobboards.</li> <li>• Opdrachtnemer zorgt voor een koppeling tussen het Recruitmentmarketing Platform en eigen administratie voor het snel, efficiënt en foutloos verwerken van de opdrachten.</li> <li>• Opdrachtnemer is in staat om in opdracht van Opdrachtgever een EVP (Employee Value Proposition) via het Recruitmentmarketing Platform te leveren.</li> <li>• Het Recruitmentmarketing Platform voorziet in de dienst om vacatureteksten d.m.v. slimme AI te optimaliseren.</li> <li>• Recruitmentmarketing Platform moet geschikt zijn voor het koppelen van ATS Systemen van Nadere opdrachtgevers en per 1 januari 2027 beschikbaar zijn.</li> <li>• Opdrachtnemer bouwt per Nadere opdrachtgever een rapport/draaitabel/dashboard met per publicatie uitgeverdata over bereik, clickgedrag per uitgever per publicatie, kosten per uitgever per publicatie. Het rapport/draaitabel/dashboard geeft realtime inzicht in de campagne resultaten.</li> <li>• Opdrachtnemer bouwt een Rijksoverheid benchmark met segmentatie per Nadere opdrachtgever om zo te kunnen sturen op resultaat. Het betreft titelinformatie over bereik en doorklikken en kosten. Nadere opdrachtgevers kunnen inloggen in het rapport/draaitabel/dashboard en op benchmark voor hun deel van de data.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opdrachtnemer rapporteert transparant over de inkoop in het Recruitmentmarketing platform met netto/netto inkooptarieven aan Opdrachtgever. Verwerking valt onder fixed fee service center.</li> <li>• Publiceren op niet vaak voorkomende titels blijft handmatig werk. Indien naast de vaste format voor vacaturepublicaties nieuwe formaten beschikbaar komen, zoals video, dan zal Opdrachtnemer ook deze nieuwe formaten faciliteren.</li> <li>• Er zijn ook Nadere opdrachtgevers die zelf het voorwerk hebben gedaan en al exact aangeven waar de vacature gepubliceerd moet worden. Deze opdrachten moeten ook via het Recruitmentmarketing Platform opgegeven en verder door middel van koppelingen met de administratie verwerkt worden.</li> <li>• Na aanlevering van de vacature met de complete correcte tekst/titel/logo zet Opdrachtnemer binnen 24 uur de vacature live op de afgesproken titels conform procuratie.</li> <li>• Opdrachtnemer voorziet de publicatie van de UTM codes die Nadere opdrachtgever aanlevert. De vacature staat doorgaans twee dagen eerder live op het platform van de Nadere opdrachtgever.</li> <li>• Recruitmentmarketing Platform voorziet de publicatie van UTM codes en genereert deze indien de Opdrachtgever deze niet aanlevert.</li> <li>• Opdrachtnemer heeft contact met Nadere opdrachtgevers als er verbeteringen in de workflow en verwerking aangebracht kunnen worden.</li> <li>• Opdrachtnemer voert levering controle (conform aangeleverde vacatureteksten en met werkende linkjes) in het Recruitmentmarketing Platform binnen de klantomgeving.</li> <li>• Indien Nadere opdrachtgever aangeeft de publicatie te willen corrigeren (tekstuele wijzigingen en wijzigingen in publicatiedatum, verlengingen) dan voert Opdrachtnemer dit binnen 24 uur uit na ontvangst correcties procuratie.</li> <li>• Het Recruitmentmarketing Platform houdt Nadere Opdrachtgevers proactief op de hoogte van ontwikkelingen door middel van het aanbieden van webinars en whitepapers.</li> <li>• Het Recruitmentmarketing Platform wordt door de Opdrachtnemer gratis beschikbaar gesteld aan de Nadere Opdrachtgever. Opdrachtnemer zorgt ervoor dat het Recruitmentmarketing Platform tijdens de looptijd van de Raamovereenkomst actueel is en doorontwikkeld wordt.</li> </ul>
DV.32	<p><i>Eisen met betrekking tot digitoegankelijkheid.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De Diensten die u levert zijn compliant aan de eisen en wensen van de Rijksoverheid op het gebied van digitoegankelijkheid. Op <a href="http://www.digitaleoverheid.nl">www.digitaleoverheid.nl</a> kunt u nadere informatie vinden.</li> </ul> <p>Het is aan opdrachtnemer om aan te tonen dat de Diensten hieraan voldoen.</p>

#### **Eisen met betrekking tot Organisatie en Personeel**

OP.1	Opdrachtnemer heeft altijd voldoende capaciteit beschikbaar om opdrachten te kunnen verwerken binnen de, met Nadere opdrachtgever overeengekomen, termijn.
OP.2	Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij tegemoetkomt aan de uiteenlopende behoeften van de gemêleerde groep Nadere opdrachtgevers en dat hij zijn dienstverlening en organisatie hierop inricht.
OP.3	Opdrachtgever krijgt een eigen unit met meerdere functionele aanspreekpunten (teams). De matching tussen Nadere opdrachtgever en het team zal in overleg met de Opdrachtgever plaatsvinden, met als doel dat de Nadere Opdrachtgever een vast team ter beschikking heeft.
OP.4	Van Opdrachtnemer wordt daarnaast geëist dat hij voldoende competenties en capaciteit in huis heeft om een groot aantal Nadere opdrachtgevers volledig en integraal tegelijkertijd te kunnen bedienen. Voor de uitvoering van de gehele Opdracht, dient Opdrachtnemer in ieder geval te beschikken over: <ul style="list-style-type: none"> <li>• specialisten op het gebied van: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Arbeidsmarktcommunicatie (AMC)</li> <li>○ Jobboards;</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Programmatic;</li> <li>○ Social media;</li> <li>○ programmatic) SEARCH;</li> <li>○ Contentsamenwerkingen;</li> <li>○ RTV, (digital) out of home en print.</li> <li>• een eigen media-inkoopafdeling;</li> <li>• een eigen onderzoeksafdeling/dataverzamelingsafdeling;</li> <li>• een aparte administratie voor Opdrachtgever.</li> </ul>
OP.5	<p>Opdrachtnemer beschikt over de volgende medewerkers/profielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Client Advise &amp; Management</li> <li>• Client Lead</li> <li>• Communications designer</li> <li>• Content &amp; Partnerships specialist</li> <li>• Data analyst</li> <li>• Display / Video planner</li> <li>• Functionaris Audio Visueel (rtv)</li> <li>• Functionaris data science en reporting</li> <li>• Online Marketeer</li> <li>• Out-of-Home planner</li> <li>• Programmeur</li> <li>• Projectleider</li> <li>• Search advertising planner</li> <li>• Social advertising planner</li> <li>• Strategy Director</li> </ul> <p>Per functie/profiel wordt verder een onderscheid gemaakt tussen junior, vakvolwassen en senior:</p> <p><b>Junior:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voert onder begeleiding van een meer ervaren collega opdrachten uit binnen het eigen specialisme; stemt af met collega's of leidinggevende.</li> <li>• Heeft een beperkte mate van werkervaring in de mediadienstverlening.</li> <li>• Is zich bewust van het vier ogen principe en past dit toe.</li> <li>• HBO/WO werk- en denkniveau.</li> </ul> <p><b>Vakvolwassen (Medior):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voert zelfstandig opdrachten uit binnen het eigen specialisme; stemt waar nodig af met collega's of leidinggevende.</li> <li>• Heeft voldoende werkervaring in de mediadienstverlening.</li> <li>• Is zich bewust van het vier ogen principe en past dit toe.</li> <li>• HBO/WO werk- en denkniveau.</li> <li>• Heeft een toereikend niveau van AI-geletterdheid.</li> <li>• Heeft een goede beheersing van het Nederlands</li> </ul> <p><b>Senior:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Functioneert volledig zelfstandig en neemt verantwoordelijkheid voor het eigen vakgebied.</li> <li>• HBO/WO werk- en denkniveau.</li> <li>• Heeft ruime werkervaring in de mediadienstverlening.</li> <li>• Heeft een toereikend niveau van AI-geletterdheid.</li> <li>• Heeft een goede beheersing van het Nederlands.</li> </ul> <p><b>Director / Expert:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stuurt op strategisch niveau binnen het specialisme; draagt actief bij aan organisatiebrede ontwikkeling van het vakgebied.</li> <li>• Heeft zeer brede werkervaring in de mediadienstverlening.</li> <li>• Heeft strategisch inzicht.</li> </ul>

- HBO/WO werk- en denkniveau.
- Heeft een toereikend niveau van AI-geletterdheid.

### Eisen met betrekking tot de Vergoedingen

VG.1	<p><i>Basisvergoeding:</i></p> <p>Opdrachtnemer wordt vergoed op basis van:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Een uurvergoeding voor mediaconsultancy.</li> <li>2. Een fee over de reguliere netto/netto mediabestedingen voor de media-uitvoering. Werk voor aanvullende eisen voor de administratie zullen plaatsvinden op basis van nacalculatie.</li> <li>3. A) Een vergoeding op basis van een vast bedrag per maand voor campagnes die gebruik maken van RTV Programmazentijd Rijksoverheid. B) Een vergoeding op basis van een vast bedrag per maand voor kleine adviezen over niche titels jobboards en voor hulp bij social media orders zonder advies en voor de opmaak van enkelvoudige stramien advertenties .</li> </ol> <p><u><i>Ad AI. Uurvergoeding mediaconsultancy</i></u>  Alle werkzaamheden die onder mediaconsultancy vallen worden op urenbasis vergoed. Het betreft hier een <b>all-in</b> uurtarief, waar alle kosten inbegrepen dienen te zijn.</p> <p>Ook wordt op basis van uren vergoed:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkzaamheden die vallen onder media-uitvoering maar die buiten kantooruren moeten worden verricht in geval van calamiteiten.</li> <li>• Het leveren van diensten die vallen onder media-uitvoering maar die op basis van een 'crashplanning' moeten worden geleverd.</li> <li>• De begeleiding bij de uitvoering van marktonderzoek.</li> <li>• De (verplichte) aanwezigheid van gespecialiseerd medewerkers bij (structureel) accountoverleg met Opdrachtnemer op de locatie van Nadere opdrachtgever.</li> <li>• Het dedicated beschikbaar houden van consultants voor een dagdeel of meer per week voor een Nadere Opdrachtgever als overeengekomen in SLA.</li> </ul> <p><u><i>Ad AII. Fee media-uitvoering</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In de fee-vergoeding zijn opgenomen alle werkzaamheden voor media-uitvoering (tenzij anders aangegeven). Er is één fee voor de media-uitvoering ongeacht het mediatype/kanaal. Het mediatype/kanaal als inprint, radio (lineair), televisie (lineair), (Digital Out) of Home, Social, Video, Display, SEA, Jobboards, Content, Retail media. Kortom van bioscoop tot en met LinkedInTalentsolution SAAS tools.</li> <li>• Indien in de looptijd van de raamovereenkomst van een mediatype/kanaal gebruik wordt gemaakt dat redelijkerwijs niet onder een van de genoemde fee's kan worden geschaard, kan voor dit betreffende mediatype/kanaal een afzonderlijke fee worden afgesproken in overleg met Opdrachtgever. Uitgangspunt hierbij is dat de hoogte van deze fee zich logisch verhoudt tot de hoogte van de bestaande fee.</li> <li>• Voor activiteiten die onder media-uitvoering vallen, mogen eventuele gemaakte reizen en reiskosten niet in rekening worden gebracht.</li> </ul> <p><u><i>Ad AIII. 1 Vast bedrag RTV Programmazentijd Rijksoverheid*</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor de werkzaamheden voor RTV Programmazentijd Rijksoverheid ontvangt Opdrachtnemer maandelijks een vaste vergoeding van € 6.000,- exclusief btw. Meerwerk en minderwerk mag niet in rekening of mindering worden gebracht. Zie ook 2.2.3 Werkzaamheden RTV-Programmazentijd Rijksoverheid.</li> </ul> <p><u><i>Ad AIII 2 Vast bedrag kleine adviezen niche jobboards en hulp bij orders zonder advies*</i></u></p>
------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Voor het deel van de werkzaamheden vanuit het DPC Service Center die het advies over de keuze van niche titels van jobboards en de hulp bij orders zonder advies betreffen (incl. social media), ontvangt Opdrachtnemer maandelijks een vaste vergoeding van € 5.000,- exclusief BTW. De werkzaamheden vallen onder het DPC Service Center dat vergoed wordt vanuit de fee naast deze vaste vergoeding. Meer- en minderwerk mag niet in rekening of mindering worden gebracht.</li> </ul> <p>*Dit is niet van toepassing voor het ministerie van Defensie.</p>
VG.2	<p><i>Overige geldstromen en inkomsten: voor Opdrachtgever:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alle (andere) inkomsten die Opdrachtnemer genereert uit de opdracht, zoals NTO's, betalingskortingen, surcommissions, SLA's, MVK's, BRK's, bureaucommissies en alle overige (huidige en toekomstige) volume- en niet-volume gebonden voordelen uit de uitvoering van de Opdracht komen volledig ten gunste van Opdrachtgever. Toetsing hierop vindt plaats door audits van Opdrachtgever of een derde partij.</li> </ul>
VG.3	<p><i>Kosten licentie DSP's, licentie dashboards, validatie en admanagement en kosten derden:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De licentie kosten van de DSP tools mag Opdrachtnemer één op één doorbelasten, zonder opslag of marge. Ook de kosten van validatie en ad management mag Opdrachtnemer één op één doorbelasten, zonder opslag of marge. Het doorbelasten gaat af factuur op nacalculatiebasis en tegelijk met de bijbehorende netto mediakosten. Alle overige kosten voor software die nodig is voor media inkoop vallen onder de bureauvergoeding. Licentie kosten voor dashboards worden één op één doorbelast. Alle overige media-uitvoeringskosten zoals uren, vallen onder de bureauvergoeding.</li> <li>Kosten derden die op verzoek van Nadere opdrachtgever gemaakt worden voor aanvullende werkzaamheden worden één op één doorbelast.</li> </ul> <p><u><i>Ad C. Kosten demand side platform en admanagement en validatiesoftware en kosten derden</i></u></p> <p>Elk kanaal heeft zijn eigen dynamiek en techniek en daarmee eveneens een eigen kostenstructuur. Opdrachtgever wil voorkomen dat deze kosten onzichtbaar en/of op een niet transparante manier vanuit het mediabudget 'vergoed' worden. De licentiekosten, die gemaakt worden voor de demand side platforms benodigd voor online media-inkoop, wil Opdrachtgever separaat één-op-één vergoeden uit oogpunt van transparantie. Over de wijze waarop Opdrachtgever deze technische kosten in een 'DPC/DSP-fee' wil verrekenen met Nadere opdrachtgever in het geval het een absoluut bedrag betreft, wil Opdrachtgever na gunning afspraken maken met Opdrachtnemer. Ook de ad managementkosten en validatiekosten moeten per Nadere opdracht in rekening worden gebracht bij Opdrachtgever en bij Nadere opdrachtgevers.</p>
VG.4	<p>Tijdens de looptijd van de raamovereenkomst kan het voorkomen als gevolg van fundamentele ontwikkelingen in de mediemarkt dat in onderling overleg tussen Opdrachtnemer en Opdrachtgever wordt besloten om bepaalde (sub)onderdelen van media-uitvoering in het vervolg te scharen onder mediaconsultancy (en dus ook te vergoeden door middel van uren in plaats van uit de fee), of andersom. U dient hiermee akkoord te gaan.</p>
VG.5	<p>In relatie tot eis DV.2 hanteert Opdrachtnemer de gecontracteerde financiële voorwaarden gedurende een crisissituatie. Indien dat er aanvullende kosten gemaakt dienen te worden door Opdrachtnemer om de Diensten aan Opdrachtgever te kunnen leveren gedurende een crisissituatie dan maakt Opdrachtnemer binnen 24 uur duidelijk wat deze kosten zijn en waardoor deze kosten nodig zijn.</p> <p>De aanvullende kosten zullen altijd binnen de grenzen van het redelijke en billijke vallen.</p>

### Eisen met betrekking tot Informatie Beheer & Privacy

IB&P.1	Opdrachtgever en Opdrachtnemer sluiten een verwerkersovereenkomst waarin afspraken worden gemaakt betreffende Informatie Beheer & Privacy.
IB&P.2	Het te hanteren BIO Basisbeveiligingsniveau is BBN <del>23</del> . <a href="#">Wijziging nav vraag 259 NvI-2</a> .
IB&P.3	Leverancier dient de door de CIO Office DPC aangeleverde Fit/Gap verklaring in te vullen, waaruit blijkt dat aan alle eisen wordt voldaan, waaronder: <ul style="list-style-type: none"> <li>o De controls van ISO27001</li> <li>o De controls van ISO/IEC 27701 Bijlage B</li> </ul>
IB&P.4	Leverancier dient de door de CIO Office DPC aangeleverde AVG-Verwerkingsovereenkomst te ondertekenen.
IB&P.5	Leverancier dient jaarlijks, in november, een bevestiging van compliance te sturen naar <a href="mailto:dpc-cio-office@minaz.nl">dpc-cio-office@minaz.nl</a> .
IB&P.6	Wezenlijke wijzigingen in processen en systemen omgaand verwerken in een nieuw aan te leveren Fit/Gap verklaring en zenden naar <a href="mailto:dpc-cio-office@minaz.nl">dpc-cio-office@minaz.nl</a> .
IB&P.7	Cloudeisen (niveau Hoog): <ul style="list-style-type: none"> <li>• De data mogen alleen in de EER worden verwerkt óf in landen waarvoor een adequaatsheidsbesluit bestaat.</li> <li>• De cloud leverancier moet voldoen aan: <ul style="list-style-type: none"> <li>o de controls van ISO 27001</li> <li>o de controls van ISO 27017 (omdat er commercieel vertrouwelijke gegevens worden verwerkt)</li> <li>o de controls van ISO 27018 (omdat er persoonsgegevens verwerkt worden).</li> </ul> </li> </ul>
IB&P.8	De Recovery Time Objective (RTO) is: 5 dagen
IB&P.9	De Recovery Point Objective is: 24 uur
IB&P.10	Ten behoeve van de leverancier-specifieke Quickscan dient de leverancier in zijn aanbieding aan te geven: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Van welke clouddienstverlening ze gebruikmaken en welke persoonsgegevens in deze clouds worden verwerkt.</li> <li>• Voor welke processen AI en/of Algoritmen worden toegepast en welke filteringen van toepassing zijn.</li> </ul>
IB&P.11	Leverancier dient afspraken over privacy-proof adverteren conform de uitgangspunten als opgenomen in <a href="#">de Campagnekeuken</a> procedureel in processen vast te leggen (Privacy door ontwerp en standaardinstellingen).

### Eisen met betrekking tot de prijsstelling/tarieven/kosten

PTK.1	U biedt all-in prijzen/ tarieven in Euro's aan in zowel exclusief als inclusief btw.
PTK.2	<p><del>De overeengekomen maximum tarieven staan vast gedurende de eerste 24 maanden van de Overeenkomst. Daarna worden de overeengekomen tarieven en prijzen éénmaal per 12 maanden geïndexeerd worden. De eerste indexering kan plaatsvinden ingaande 1 januari 2029.</del></p> <p><u>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. (wijziging doorgevoerd nav NvI-1 vraag 141)</u></p> <p>Voor het indexeren geldt de jaar op jaar methode. De peilmaand ten behoeve van het bepalen van de indexatie is <u>juni (wijziging doorgevoerd in NvI-2)</u>. <del>februari oktober (wijziging doorgevoerd nav NvI-1 vraag 141)</del>. De tarieven worden automatisch door de Opdrachtgever geïndexeerd. Voorwaarde is dat de dienstverlening over de voorgaande periode volgens de gemaakte afspraken plaatsvond. De Opdrachtnemer ontvangt schriftelijk de nieuwe tarieven <del>voor 1 oktober voorafgaand aan de ingangsdatum 1 januari</del>. De Opdrachtgever voegt hierbij een schermafdruk van de gebruikte gegevens toe ter onderbouwing.</p> <p>De Opdrachtgever maakt gebruik van de volgende index: CBS-Prijnsindexcijfer, Cao-lonen per maand incl. bijz. beloningen, totaal Cao sectoren, categorie M-N Zakelijke</p>

	<p>dienstverlening. Indien van toepassing gelden altijd de eerst-gepubliceerde cijfers. De Opdrachtgever hanteert de onderstaande rekenmethode, waarbij het indexeringspercentage wordt afgerond op een (1) decimaal:</p> $\frac{\text{Indexcijfer (nieuw)} - \text{Indexcijfer (oud)}}{\text{Indexcijfer (oud)}} \times 100$ <p><del>De Opdrachtnemer voegt een schermafdruck van de gebruikte gegevens toe ter onderbouwing. Opdrachtnemer stuurt dit voorstel, voorzien van contractnaam en kenmerk, naar het volgende emailadres: <a href="mailto:categoriecommunicatie@minaz.nl">categoriecommunicatie@minaz.nl</a></del></p>
PTK.3	<del>De indexering is pas van kracht nadat Opdrachtgever schriftelijk instemt met het ingediende voorstel. Voorwaarde is dat de levering of dienstverlening over de voorgaande periode conform de gemaakte afspraken plaatsvond. Indien Opdrachtnemer te laat is met zijn voorstel wordt er niet geïndexeerd over de resterende tijd; er wordt <u>niet</u> met terugwerkende kracht geïndexeerd. Het jaar daarop kan er wel geïndexeerd worden als het proces correct en tijdig is doorlopen.</del>

### Eisen met betrekking tot de Implementatie

IMP.1	Gedurende de periode van zomer 2026 tot en met 31 december 2026 moet Opdrachtnemer zijn organisatie volledig in gereedheid brengen om de Opdracht per 1 januari 2027 geheel te kunnen uitvoeren. De Opdrachtnemer die de Opdracht gegund krijgt <sup>1</sup> , moet daarom binnen een maand na ondertekening Raamovereenkomst een implementatieplan opgesteld hebben en ter goedkeuring aan DPC hebben overlegd.
IMP.2	Opdrachtgever verwacht dat Opdrachtnemer met het implementatieplan een onderbouwde blauwdruk levert van de infrastructuur waarmee ze de gehele dienstverlening voor Opdrachtnemer gaat verzorgen gedurende de gehele contractperiode. Opdrachtgever eist van Opdrachtnemer dat deze gebruik maakt van een volledig geïntegreerde administratieve infrastructuur die opdrachten kan verwerken van procuratie tot en met facturering.
IMP. 3	In het implementatieplan dient ook een schema te zijn opgenomen waarin de te verrichten werkzaamheden in de tijd zijn geplaatst, zodat Opdrachtgever de voortgang kan controleren.
IMP. 4	<p>In het implementatieplan moeten in ieder geval de volgende aspecten zijn opgenomen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De Meta accounts gaan dicht (zijn bevroren) per 31/12/2026 en alles moet opnieuw opgebouwd zijn per 1/1/2027. De huidige uitvoerder levert een overdracht document per 1 oktober 2026 met daarin de mediadebiteurennummers en de email adressen van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en de accountnummers van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en de campagne namen.</li> <li>• Alle verbindingen tussen de applicant tracking system (ATS) van NOG met het vacature plaatsingen orderplatform van huidige uitvoerder gaan dicht en zijn bevroren per 31/12/2026 en moeten opnieuw ingericht zijn per 1/1/2027. Een overdracht document is beschikbaar per 1 oktober 2026 met daarin de mediadebiteurennummers en de email adressen van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en de accountnummers van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en de campagne namen.</li> <li>• Alle dashboards met de combinatie van webstatistieken en mediadata en de bijbehorende verbinding vanuit de webstatistieken naar het mediabureau zijn afgesloten (bevroren) per 31/12/2026 en opnieuw ingericht per 1/1/2027. Een overdracht document is beschikbaar per 1 oktober 2026 met daarin de mediadebiteurennummers en de email adressen van de Nadere Opdracht Gevers (NOG).</li> </ul>

<sup>1</sup> Uitgangspunt bij het beschrijven van de implementatie is een overgang naar een nieuwe Opdrachtnemer. Maar ook indien de huidige dienstverlener opnieuw Opdrachtnemer wordt, zal deze mogelijk aanpassingen moeten doorvoeren en zal daarvoor een implementatieplan moeten opstellen.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Een aantal contracten voor de SAAS tools van LinkedIn lopen over de jaarwisseling heen. De huidige uitvoerder levert een complete overdracht (document en toelichting) aan Opdrachtnemer met daarin de mediadebiteurennummers en de email adressen van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en alle noodzakelijke order specificaties.</li> <li>• De LinkedIn Marketing Solutions accounts gaan dicht (zijn bevroren) per 31/12/2026 en alles moet opnieuw opgebouwd zijn per 1/1/2027. Een overdracht document is beschikbaar met daarin de mediadebiteurennummers en de email adressen van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en de accountnummers van de Nadere Opdracht Gevers (NOG) en de campagne namen.</li> <li>• De Google SEA accounts omzetten van Opdrachtnemer van opdracht tot 2027 naar Opdrachtnemer van opdracht vanaf 2027. Dit gebeurt bij Google in huis op expliciet verzoek van huidige uitvoerder en Opdrachtnemer en in afstemming met Opdrachtgever.</li> <li>• De planning met mijlpaalmomenten van de implementatiefase.</li> <li>• Een concrete uiteenzetting van de functionarissen van Opdrachtnemer die worden ingezet tijdens de implementatiefase en een urenindicatie hierbij.</li> <li>• Advies met betrekking tot de in te zetten tools, zoals DSP's, ad managementsysteem, viewability, brandsafety, fraudevrij, vacatureplaatsing ordermethodiek, migratie van accounts van platforms als die van Google-, Meta-, LinkedIn-, DPG Manager.</li> <li>• Per tool dient het advies onderbouwd te zijn waarom voor de betreffende tool gekozen is, ook in relatie tot de overwogen alternatieven (deze dienen genoemd te worden). Tevens dienen de kosten voor de geadviseerde tool vermeld te worden.</li> <li>• Voorbeelden van voorgestelde administratieve formulieren, zoals briefingsformulier, voorbeelden van mediaplannen, meetplannen, opmaak van projectbegrotingen, opmaak van procuraties, zelfplaatsingsformulieren, aanmaningsbrieven, opmaak van facturen, et cetera. Projectbegrotingen en procuraties worden namens DPC verzonden en dienen overeenkomstig herkenbaar te zijn met logo en standaard gegevens voor offertes en facturen. Zie de Bijlage Voorbeeld opmaak projectbegroting en procuratie.</li> <li>• Eerste opzet voor de kennismaking met Nadere opdrachtgevers en de presentatie(s) aan deze opdrachtgevers over de te volgen werkwijze, gebruikte processen/tools en leadtimes.</li> <li>• Enkele voorbeelden van standaard doorlooptijden voorbereiding en uitvoering en evaluatie campagnes variërend in complexiteit, budget, (aantal)mediumtype(s), wel of niet herhaalcampagne.</li> <li>• Enkele voorbeelden van zeer korte doorlooptijden op maat op voorwaarde van een goede voorbereiding met overkoepelende procuratie en vastlegging in SLA.</li> <li>• Indicatie uren per functionaris nodig bij voorbereiding en uitvoering en evaluatie van campagnes, passend bij de voorbeelden doorlooptijden.</li> <li>• Voorbeeld format voor service level afspraken over teamsamenstelling, aanspreekpunten, doorlooptijden, evaluatiemomenten, statusmeetings, formats, kennissessies, (wederzijdse) responstijden. Zie de Bijlage Service Level Agreement (SLA).</li> <li>• Eerste opzet voor kennismaking met reclamebureaus en onderzoeksbureaus, waarmee de rijksoverheid samenwerkt.</li> <li>• Informatie die Opdrachtnemer van zowel Opdrachtgever als Nadere opdrachtgever wil ontvangen.</li> <li>• Informatie die Opdrachtnemer van huidige uitvoerder wil ontvangen of overnemen.</li> </ul>
IMP.5	Implementatie kosten zijn maximaal €300.000.- waarbij enkel de daadwerkelijk gemaakte kosten worden vergoed. U dient maandelijks een kostencalculatie te overleggen.
IMP.6	U verleent medewerking aan implementatiebijeenkomsten waarbij het doel is de start, voortgang en decharge van de implementatie te bespreken en/of te presenteren.

	<p><i>Toelichting</i></p> <p>Deze bijeenkomsten worden door Opdrachtgever en Opdrachtnemer georganiseerd en zal plaatsvinden na definitieve gunning. De verdere invulling van de implementatie wordt nader met Opdrachtgever overeengekomen en Opdrachtnemer dient hier medewerking aan te verlenen. De onderwerpen die onder andere besproken zullen worden zijn communicatiematrix, concept implementatie rapportage en opstartplanning na implementatie. Het doel van de implementatie bijeenkomsten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wederzijdse kennismaking contactpersonen (tactisch en strategisch niveau);</li> <li>- het toelichten van de uitgangspunten van de Overeenkomst;</li> <li>- het managen van wederzijdse verwachtingen;</li> <li>- het maken van wederzijdse "SMART" afspraken.</li> </ul>
IMP.7	U wijst gedurende de implementatieperiode een vast contactpersoon op strategisch niveau aan, die het eerste aanspreekpunt voor Opdrachtgever en Nadere opdrachtgevers is.
IMP. 8	<p>De implementatiefase wordt door opdrachtgever doorlopend beoordeeld en kan resulteren in decharge bij een positieve beoordeling en beëindiging van de raamovereenkomst indien de implementatie naar oordeel van opdrachtgever niet succesvol is uitgevoerd.</p> <p>De beoordeling van de uitvoering van de implementatie(fase) wordt gedaan op basis van een aantal kritieke mijlpalen. Deze kritieke mijlpalen zijn onder andere, maar niet limitatief:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inrichting administratie (infrastructuur) inclusief benodigde koppelingen;</li> <li>• Inrichting governance tussen opdrachtgever, nadere opdrachtgevers en opdrachtnemer;</li> <li>• Beschikbaarheid van middelen/producten/diensten derde partijen die opdrachtnemer nodig heeft om de dienstverlening te kunnen leveren.</li> </ul> <p>Deadlines voor opleveren van de kritieke mijlpalen wordt nader door opdrachtgever vastgesteld bij aanvang van de implementatiefase.</p>

#### **Eisen met betrekking tot Communicatie en contractmanagement**

CC.1	U bent op werkdagen tijdens kantooruren (tussen 08.00 en 18.00 uur) voor Opdrachtgever en Nadere opdrachtgevers zowel telefonisch als via e-mail bereikbaar.
CC.2	<p>U wijst één centraal contactpersoon aan.</p> <p><i>Toelichting</i></p> <p>De contactgegevens van uw contactpersoon en die van Opdrachtgever worden bij gunning aangedragen en worden vermeld in de Raamovereenkomst. Bij wijzigingen van de contactpersonen, stellen partijen elkaar schriftelijk zo spoedig mogelijk op de hoogte.</p>
CC.3	U gaat akkoord dat de Raamovereenkomst wordt gestuurd op basis van Service levels, KPI's en een kwaliteitsmodel.
CC.4	Opdrachtnemer dient met Nadere opdrachtgevers de wederzijdse verwachtingen die aanvullend zijn op de raamovereenkomst vast te leggen in een service level agreement (SLA). Aanvullende afspraken kunnen gaan over de teamsamenstelling, aanspreekpunten, doorlooptijden, evaluatiemomenten, statusmeetings, formats, kennissessies. De samenwerking kan sterk verschillen in frequentie en complexiteit en financiële waarde. Een eenvoudige mondelinge afspraak met vastlegging per mail kan al volstaan zolang deze wederzijds is overeengekomen en (half)jaarlijks wordt doorgesproken en bijgewerkt.

CC.5	<p><i>Klachten- en complimentenprocedure</i></p> <p>Opdrachtgever verstaat onder een klacht: een uiting van ontevredenheid over een bewezen dienst, een persoon of een product. Klachten worden behandeld volgens een vaste klachtenprocedure. Opdrachtgever verstaat onder een compliment een uiting van waardering over een bewezen dienst, persoon of product.</p> <p>Het proces van de klachten- en complimenten staat beschreven in de opdrachtoomschrijving.</p>
CC.6	<p>U neemt deel aan de door Opdrachtgever georganiseerde overlegvormen (operationeel, tactisch en strategisch), dat nodig geacht wordt in het kader van de uitvoering van de Opdracht.</p>

### Eisen met betrekking tot Social return

SR.1	<p>U besteedt minimaal 5% van de gerealiseerde opdrachtwaarde tijdens de looptijd van de Overeenkomst aan een nieuw social return initiatief of een uitbreiding van een bestaand initiatief.</p> <p><i>Toelichting</i></p> <p>Het is de taak van de overheid om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt te ondersteunen. Zodat iedereen zoveel mogelijk meedoet in de samenleving en uitzicht houdt op werk en inkomen. Meer achtergrondinformatie vindt u op <a href="http://www.maatwerkvoormensen.nl">http://www.maatwerkvoormensen.nl</a>.</p> <p>DPC vindt social return belangrijk en wil graag impact creëren binnen acceptabele proporties. Daarom vraagt DPC aan Opdrachtnemer om een vrije invulling aan social return te geven. Dit mag zowel direct als indirect verband houden met de opdracht.</p> <p>Het initiatief, de invulling, moet betrekking hebben op mensen uit één of meerdere van de volgende doelgroepen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participatiewet gerechtigden (voorheen: WWB, WSW en Wajong).</li> <li>• Werkloosheidswet (WW) gerechtigden, die langer werkloos zijn dan 12 maanden, en/of 50 jaar of ouder zijn.</li> <li>• Wet Werk en Inkomen naar Arbeidsvermogen (WIA) gerechtigden.</li> <li>• Regeling Werkhervatting Gedeeltelijk Arbeidsgeschikten (WGA) gerechtigden.</li> <li>• Wet Arbeidsongeschiktheid zelfstandigen (WAZ) gerechtigden.</li> <li>• Wet Inkomensvoorziening Oudere en gedeeltelijk Arbeidsongeschikte.</li> <li>• Werkloze werknemers (IOAW) gerechtigden.</li> <li>• De Wet Inkomensvoorziening Oudere en gedeeltelijk Arbeidsongeschikte gewezen Zelfstandigen (IOAZ) gerechtigden.</li> <li>• Leer/werkplekken voor niet uitkeringsgerechtigde werkzoekenden (nuggers).</li> <li>• Leer/werkplekken voor vroegtijdig schoolverlaters en jongeren met onvoldoende kwalificaties.</li> <li>• Leer/werkplekken in het kader van BOL/BBL-opleidingen, VSO en/of praktijkscholen.</li> </ul> <p>Opdrachtnemer maakt 4 weken na definitieve gunning een plan van aanpak social return. In dit plan van aanpak beschrijft Opdrachtnemer hoe deze social return gaat toepassen bij de uitvoering van de Overeenkomst. Het plan van aanpak bevat in ieder geval:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• de wijze waarop Opdrachtnemer impact creëert en invulling geeft aan de social return verplichting. Te denken valt aan begeleidingsuren, interventies, stage- en ervaringsplekken, dienstverleningsvorm en producten, maar bijvoorbeeld ook aan aantoonbaar investeren in reeds bestaande initiatieven;</li> <li>• de investering die door Opdrachtnemer wordt gedaan. Deze investering dient in verhouding te staan tot de verwachte bureauvergoeding binnen de Overeenkomst;</li> </ul>
------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• voorstel met procesafspraken ten behoeve van de uitvoering van de Opdracht. Met daarin het aanspreekpunt vanuit Opdrachtnemer en de praktische invulling van het proces;</li> <li>• de manier waarop Opdrachtnemer het afgesproken percentage realiseert;</li> <li>• de wijze waarop Opdrachtnemer de begeleiding vormgeeft, indien van toepassing op het beschreven initiatief;</li> <li>• de randvoorwaarden;</li> <li>• de planning.</li> </ul> <p>Opdrachtgever keurt het plan goed of vraagt om een verbetering. Na akkoord op het plan van aanpak, is Opdrachtnemer verplicht om binnen twee (2) maanden te starten met de uitvoering van het goedgekeurde plan van aanpak.</p> <p>De invulling moet controleerbaar zijn en wordt minimaal jaarlijks besproken met Opdrachtgever. Opdrachtnemer vult daartoe periodiek Bijlage G 'Verantwoordingsformulier Social return 2.0. van de Raamovereenkomst in.</p>
--	--

#### Eisen met betrekking tot de Exit Procedure

EP.1	Opdrachtnemer overlegt uiterlijk 9 maanden voor aflopen raamovereenkomst of verlenging een zogenaamde exit-overeenkomst aan Opdrachtgever. De inhoud van deze overeenkomst zal in overleg met Opdrachtgever worden bepaald, maar heeft als doel om een zo soepel en efficiënt mogelijke transitie mogelijk te maken wanneer de dienstverlening op een gegeven moment moet worden overgedragen naar een andere marktpartij.
EP.2	U zorgt ervoor dat de door Nadere opdrachtgevers aan Opdrachtnemer verstrekte gegevens creatieve materialen te allen tijde beschikbaar zijn en aan het eind of bij beëindiging van de (nadere) overeenkomst aan Nadere opdrachtgever werkend overhandigd worden.
EP.3	Na beëindiging van de (nadere) overeenkomst zal een transitie plaatsvinden naar een nieuwe dienstverlener of naar een eigen beheer organisatie. Opdrachtnemer zal aan deze transitie zijn volledige medewerking verlenen en op het eerste verzoek van Opdrachtgever o.a. een volledig en actueel transitieplan opstellen, welke 3 maanden voor afloop van de overeenkomst wordt overhandigd aan Opdrachtgever. Dit transitieplan wordt door beide partijen ondertekend en vervolgens als Bijlage bij de (nadere) overeenkomst gevoegd.
EP.4	Lopende opdrachten worden door de huidige Opdrachtnemer volledig afgemaakt (t/m productie) en is daarna verplicht deze over te dragen aan nieuwe Opdrachtnemer(s).

Wanneer er hierboven sprake is van een "Inschrijver" gaat het om aanbestedingseisen (aanbestedingsfase), terwijl het bij "Opdrachtnemer" gaat om uitvoeringseisen (contractfase).

Als u als Inschrijver niet voldoet aan een of meerdere eisen of de Eisen en voorwaarden in de opdrachtbeschrijving, dan is uw Inschrijving ongeldig en sluiten wij u uit van verdere deelname aan de Aanbesteding.

Het gestelde in de Inschrijving mag niet conflicteren met de gestelde Eisen of de opdrachtbeschrijving zoals opgenomen in het Beschrijvend document. Bij constatering van een dergelijke tegenspraak, is uw Inschrijving ongeldig en sluiten wij u uit van verdere deelname aan de Aanbesteding.