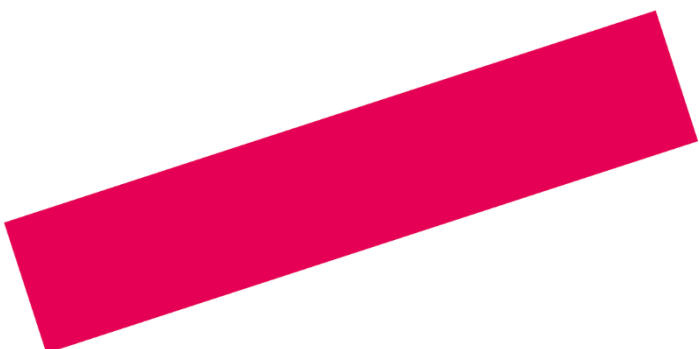




CONCEPT OPDRACHTOMSCHRIJVING EUROPESE AANBESTEDING PROMOTIEARTIKELN EN RELATIEGESCHENKEN

Projectgroep aanbesteding Promotieartikelen en relatiegeschenken

13 februari 2026

Status : Concept
Versie : 1.0
Kenmerk : TenderNed kenmerk: TN572001

INHOUDSOPGAVE

1	OMSCHRIJVING VAN DE OPDRACHT	3
1.1	Inleiding	3
1.2	Doelstelling van de aanbesteding	4
1.3	Scope	5
1.3.1	BINNEN SCOPE.....	5
1.3.2	BUITEN SCOPE	6
1.4	Omvang.....	6
1.5	Huidige situatie.....	6
2	TOEKOMSTBEELD	7
2.1	Samenwerking	7
2.2	Duurzaamheid.....	7
2.3	Eerlijke prijs.....	8
3	GEWENSTE SITUATIE	8

1 OMSCHRIJVING VAN DE OPDRACHT

1.1 Inleiding

De HAN University of Applied Sciences (HAN) is een veelzijdige, brede kennisinstelling die met circa 34.000 studenten en ruim 4.000 medewerkers behoort tot de grootste en meest toonaangevende hogescholen van Nederland. Vanaf onze campussen in Arnhem en Nijmegen verzorgen we 95 bachelor-, associate degree- en masteropleidingen in voltijd, deeltijd, duaal of individueel via internet. Daarnaast richten we ons met advies, nascholing, ruim 300 cursussen, trainingen, en (post-hbo-) opleidingen op werkenden in bedrijven, instellingen en organisaties. We beschikken over 47 lectoraten en 7 centres of expertise, waarin wij met onze partners werken aan praktijkgericht onderzoek, kennisinnovatie en -valorisatie.

Zie voor meer informatie: <http://www.han.nl> en HAN Koersbeeld 2022 - 2028 (<https://www.han.nl/over-de-han/waar-staan-we-voor/koersbeeld>)

Visie

De HAN zet promotieartikelen en relatiegeschenken bewust en doelgericht in als verlengstuk van haar identiteit en koersbeeld Slim, Schoon, Sociaal. Deze middelen dragen bij aan herkenbare communicatie, worden op een slimme, schone en sociale manier geproduceerd, en versterken de relaties met studenten, medewerkers, alumni en samenwerkingspartners. Dit laatste geldt ook voor het schenken van cadeaubonnen. Door te kiezen voor betekenisvolle, functionele en verantwoorde attenties onderstreept de HAN haar maatschappelijke rol en haar ambitie om kennis, verbinding en duurzaamheid zichtbaar te maken in elke vorm van externe en interne representatie.

Met de inzet van promotieartikelen, relatiegeschenken en cadeaubonnen wil de HAN:

- relaties met externe samenwerkingspartners versterken en onderhouden;
- haar zichtbaarheid en profilering bij werving, events en netwerkmomenten ondersteunen;
- waardering bij bijzondere gelegenheden en mijlpalen tonen.

Toepassingskader

Promotieartikelen en relatiegeschenken:

- zijn passend bij en versterkend aan het gewenste imago en onderscheidend vermogen van de HAN, in lijn met *Slim, Schoon, Sociaal*;
- zijn functioneel, origineel, van blijvende waarde, niet overdadig en worden bewust ingezet (geen plastic-, wegwerp- of bulkgeschenken);
- zijn in lijn met het duurzaamheidsbeleid van de HAN en worden zo veel mogelijk circulair en klimaatneutraal geproduceerd en geleverd;

- dragen bij aan regionale en maatschappelijke impact, onder meer door inzet van lokale en regionale partijen en inzet op Social Return;
- maken het duurzame, lokale en/of regionale verhaal achter het product of de levering zichtbaar;
- maken een zorgvuldige en consistente toepassing van de HAN-huisstijl mogelijk;
- (kunnen) worden verstrekt bij:
 - strategische samenwerkingsmomenten (bv start partnerschap, bestendiging of afronding);
 - externe evenementen, beurzen en netwerkbijeenkomsten;
 - bijzondere gebeurtenissen conform de Regeling bijzondere gebeurtenissen (medewerkers);
 - P- en diploma-uitreikingen
- overige incidentele representatieve momenten, mits functioneel en gemotiveerd.

Relatiegeschenken en promotieartikelen kunnen op verschillende wijzen worden geïnterpreteerd. Om deze reden zijn onderstaande definities vastgesteld.

Promotieartikelen:

“Een promotieartikel voor de HAN is een product dat wordt verspreid om de HAN te promoten. Het is gericht op het versterken van het merk, het vergroten van de zichtbaarheid en het creëren van binding met de doelgroepen. Het artikel is uitgevoerd in de HAN-huisstijl.”

Relatiegeschenken:

“Een relatiegeschenk voor de HAN is een product dat wordt gegeven om waardering te tonen en relaties te versterken met doelgroepen zoals studenten, medewerkers, partners en het werkveld. Het geschenk kan uitgevoerd zijn in de HAN-huisstijl, maar ook zonder huisstijl afhankelijk van de gelegenheid en het doel.”

1.2 Doelstelling van de aanbesteding

De huidige Overeenkomst voor de levering en bijbehorende dienstverlening van promotieartikelen en relatiegeschenken van de HAN loopt af. De HAN beoogt in 2026 via een openbare Europese aanbesteding een opdracht in de markt te zetten voor promotieartikelen in HAN huisstijl, relatiegeschenken met en zonder HAN huisstijl en cadeaubonnen. Het doel is het sluiten van één of meerdere Overeenkomsten, conform de geldende wet- en regelgeving, afspraken vast te leggen met één of meerdere opdrachtnemers, die zorgdragen voor zowel de levering van producten als de bijbehorende dienstverlening gedurende de komende zes (6) jaar, tegen de meest gunstige prijs-kwaliteitverhouding (BPKV). Met de te sluiten overeenkomst(en) beoogt de HAN een breed en aantrekkelijk kernassortiment promotieartikelen en relatiegeschenken te faciliteren, dat gedurende de looptijd tegen vaste prijzen worden aangeboden. Voor artikelen die buiten dit kernassortiment vallen, wordt uitgegaan van een transparante en marktconforme prijsstelling. Daarnaast beoogt de HAN door

structureel contract- en leveranciersmanagement afspraken actief te monitoren en waar nodig tijdig bij te sturen op het gebruik en de omvang van de afname.

De HAN streeft naar een duurzame samenwerking waarbij de opdrachtnemer actief samenwerkt met voor de HAN regionale en lokale marktpartijen, met het oog op duurzaamheid, maatschappelijke verantwoordelijkheid en het ondersteunen van de lokale economie.

1.3 Scope

1.3.1 BINNEN SCOPE

Binnen de scope van deze Opdracht valt de levering van promotieartikelen en relatiegeschenken, inclusief de daarbij behorende dienstverlening. Hieronder wordt verstaan:

Levering van:

- Promotieartikelen in HAN huisstijl;
- Relatiegeschenken in HAN huisstijl;
- Relatiegeschenken zonder HAN huisstijl;
- Cadeaubonnen;
- Wenskaarten.

Onder relatiegeschenken wordt onder andere verstaan:

- Chocolade en snoepwaren;
- Kleding (eventkleding, toga's, hoodies, shirts);
- Dranken (gedistilleerd en wijn);
- Specials (maatwerk)

Dienstverlening:

- Voorraadbeheer van het overeengekomen assortiment;
- Maatwerkoplossingen en deskundig advies, onder meer ten aanzien van productkeuze, duurzaamheid en toepassing van de HAN-huisstijl;
- Beheer van een HAN-specifieke webshop, waaronder wordt verstaan:
 - Operationeel beheer en exploitatie;
 - Technische hosting;
 - Contentbeheer;
 - Gebruikersondersteuning.

1.3.2 BUITEN SCOPE

Buiten de scope van deze opdracht vallen de volgende producten en diensten:

- Eindejaarsgeschenken;
- Bloemen;
- Taart en gebak;
- Huisstijl en promotioneel drukwerk (op papier);
- Kantoorartikelen
- Feest- en decoratiematerialen.
- Goede doelen (Giro 555, spieren voor spieren, voedselbank).

1.4 Omvang

De geraamde totale opdrachtwaarde bedraagt € 480.620,- per jaar inclusief BTW (€ 200.000,- aan cadeaubonnen). Deze getallen zijn gebaseerd op historische gegevens en verwachtingen voor de toekomst. Hier kunnen geen rechten aan worden ontleend.

De geraamde totale opdrachtwaarde (totaal van alle opdrachten binnen de beoogde Overeenkomst) komt daarmee €2.883.720,- inclusief BTW over zes (6) jaar. De verwachting is dat schommelingen in volumes zullen blijven bestaan, onder meer als gevolg van toekomstige bezuinigingen/verlaging van budgetten.

De HAN staat momenteel voor een uitdaging betreffende een krimp in het aantal studenten die naar verwachting aanhoudt t/m 2028, wat zijn invloed zal hebben op de volumes en afnames vanuit de HAN. Door bezuinigingsopgaven zal de beschikbaarheid van financiële middelen onder druk komen te staan.

Alle in deze Aanbesteding genoemde aantallen, bedragen en planningen zijn indicatief. Inschrijver kan hieraan dus geen rechten ontleen.

1.5 Huidige situatie

De HAN heeft in 2019 via een Europese aanbestedingsprocedure één leverancier geselecteerd voor de levering van promotieartikelen en relatiegeschenken. Met deze leverancier is een raamovereenkomst afgesloten, waarin een kernassortiment is overeengekomen. Dit assortiment wordt aangeboden via een webportaal dat is gekoppeld aan het HEB – HAN Elektrisch Bestelsysteem (Proquro). De leverancier is binnen deze overeenkomst tevens verantwoordelijk voor het voorraadbeheer van het kernassortiment promotieartikelen in HAN huisstijl. Het huidige kernassortiment is weergegeven in bijlage 4.

De maatwerkproducten zijn in de HAN huisstijl, conform de geldende huisstijlrichtlijnen. Producten zonder HAN huisstijl en cadeaubonnen vallen buiten de **huidige** overeenkomst en worden momenteel afgenomen bij een groot aantal leveranciers.

Promotieartikelen en relatiegeschenken in HAN huisstijl zijn verkrijgbaar via de HAN-campusstores. En kunnen door zowel medewerkers als studenten middels pinbetaling worden aangeschaft. De Campusstores beheren het kernassortiment promotieartikelen. Academies en afdelingen hebben daarnaast de mogelijkheid om zelfstandig promotieartikelen en relatiegeschenken in te kopen voor specifieke activiteiten, zoals Open Dagen, voorlichtingsbijeenkomsten en overige evenementen.

2 TOEKOMSTBEELD

In de toekomstige situatie streeft de HAN naar een professionele en toekomstgerichte samenwerking met een leverancier. Hieronder wordt in een drietal hoofdthema's de verschillende aspecten belicht die de HAN van belang vindt in onze toekomstige samenwerking.

2.1 Samenwerking

De HAN hecht grote waarde aan een betrouwbare en duurzame samenwerking met de toekomstige leverancier van promotieartikelen en relatiegeschenken. De HAN zoekt naar een partner die proactief met ons meedenkt, flexibel inspeelt op onze behoeften en meewerkt aan continue verbetering van de dienstverlening en meedenkt in het aanbod originele en innovatieve relatiegeschenken. Een open, eerlijke en transparante communicatie is hierin essentieel, evenals snelle en duidelijke afstemming. Een goede samenwerking zorgt voor een efficiënte, betrouwbare en klantgerichte levering van promotieartikelen en relatiegeschenken die aansluit bij de organisatie en werkwijze van de HAN.

2.2 Duurzaamheid

Duurzaamheid is een belangrijk speerpunt binnen de HAN en vormt een integraal onderdeel van het beleid en de dagelijkse werkzaamheden. Dit komt (onder andere) tot uiting in het duurzaamheidsbeleid van de HAN, waarin duidelijke ambities en doelstellingen zijn geformuleerd. Voor bedrijfsvoering geldt:

- De HAN wordt klimaatneutraal (zo snel mogelijk, uiterlijk in 2050)
- De HAN wordt circulair (zo snel mogelijk, uiterlijk in 2050)
- De HAN bevordert biodiversiteit
- De bedrijfsvoering is sociaal
- De HAN neemt ketenverantwoordelijkheid

De HAN streeft naar een duurzame samenwerking waarbij de opdrachtnemer actief samenwerkt met regionale en lokale marktpartijen, met het oog op duurzaamheid, maatschappelijke verantwoordelijkheid en het ondersteunen van de regionale en lokale economie.

Ook in onze dienstverlening streeft de HAN ernaar om zo duurzaam mogelijk te opereren. In het kader van deze aanbesteding verwacht de HAN van de leverancier een actieve bijdrage aan het realiseren van een duurzamer assortiment promotieartikelen en relatiegeschenken, rekening houdend met de genoemde ambities. Vanuit deze aanbesteding zijn de grootste stappen te verwachten op circulariteit en klimaatneutraliteit. Voor circulariteit hanteren we de R-ladder en vanuit klimaatneutraliteit (CO₂-reductie) kan onder andere gekeken worden naar efficiënte leveringen. Zie voor verdere informatie met betrekking tot duurzaamheid binnen de HAN han.nl/duurzaam.

2.3 Eerlijke prijs

De HAN heeft geprognoseerd dat de studenteninstroom in de komende jaren zal dalen, wat zijn invloed zal hebben op de volumes en afnames vanuit de HAN. Deze verwachte daling zet naar verwachting door tot en met 2028. Als gevolg hiervan is de HAN genoodzaakt om in te spelen op een structurele bezuinigingsopgave, waardoor de beschikbare financiële middelen onder toenemende druk komen te staan. Binnen deze context is betaalbaarheid van promotieartikelen en relatiegeschenken een essentieel uitgangspunt van de aanbesteding, zonder dat het afbreuk doet aan de kwaliteit. De HAN streeft bij de inkoop van promotieartikelen en relatiegeschenken naar een eerlijke en transparante prijs voor studenten en de HAN.

3 GEWENSTE SITUATIE

De HAN streeft in één of meerdere overeenkomsten naar een breed en aantrekkelijk kernassortiment van promotieartikelen en relatiegeschenken in HAN huisstijl. In deze overeenkomst(en) wenst de HAN ook relatiegeschenken zonder HAN huisstijl en de cadeaubonnen op te nemen. Het kernassortiment wordt gedurende de looptijd tegen vaste prijzen aangeboden. Voor de artikelen buiten het kernassortiment wordt uitgegaan van een transparante en marktconforme prijsstelling. De HAN hecht waarde aan een open en proactieve wijze van communiceren. Daarnaast wordt verwacht dat de opdrachtnemer aantoonbaar en consequent handelt conform de geldende HAN-huisstijlrichtlijnen, ongeacht kleurgebruik of materiaal van de artikelen, om de visuele identiteit van de HAN te waarborgen. Tot slot; door structureel contract- en leveranciersmanagement worden afspraken actief gemonitord en tijdig bijgestuurd waar nodig.

**OPEN UP
NEW HAN_ UNIVERSITY
HORIZONS. OF APPLIED SCIENCES**
