

## Algemene informatie

**Aanbesteding:** Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Aanbestedende Dienst:** Gemeente Stichtse Vecht

**Referentie:** 436828

**Toelichting:**

Deze Nota van Inlichtingen bundelt alle gestelde vragen en de bijbehorende antwoorden betreffende de aanbesteding voor Recruitment Marketing, Job Marketing en Employer Branding. Dit document dient als aanvulling op de Aanbestedingsleidraad en vormt een integraal onderdeel van de aanbestedingsstukken.

Wij vestigen uw aandacht in het bijzonder op de aanvulling en correctie van de geschiktheidseis met betrekking tot informatiebeveiliging. De eis is nu uitgewerkt in twee opties: (1) certificering (ISO 27001 of gelijkwaardig), óf (2) een gedocumenteerd informatiebeveiligingsbeleid met managementverklaring. Deze belangrijke correctie is toegelicht in het antwoord op vraag 16. De nieuwe formulering vervangt de oorspronkelijke tekst in paragraaf 3.4 van de Aanbestedingsleidraad en prevaleert daarop.

Alle opgenomen informatie is cruciaal voor een correcte en volledige inschrijving.

## Vraag en antwoord

**Ref.nr.**

1

**Onderwerp:**

N.a.v. artikel 13.1:

**Vraag:**

Kunt u bevestigen dat alleen sprake is van verzuim als het verstrijken van de termijn te wijten is aan het handelen van Opdrachtnemer?

**Antwoord:**

Artikel 13.1 van de Algemene Inkoopvoorwaarden beschrijft één specifieke situatie waarin verzuim van rechtswege (automatisch) intreedt, namelijk bij overschrijding van een expliciet overeengekomen fatale termijn.

Dit sluit andere gronden voor verzuim echter niet uit. Een toerekenbare tekortkoming in de nakoming van andere contractuele verplichtingen kan eveneens tot verzuim leiden. In dat geval wordt in de regel de procedure van ingebrekestelling gevolgd, zie artikel 14 Algemene Inkoopvoorwaarden.

Conform artikel 24.2 Algemene inkoopvoorwaarden, is de Opdrachtnemer te allen tijde volledig verantwoordelijk voor de uitvoering van de opdracht, inclusief de werkzaamheden die door eventueel derden worden verricht. Een tekortkoming van een derde wordt toegerekend aan Opdrachtnemer.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

2

**Onderwerp:**

N.a.v. bijlage 3:

**Vraag:**

Wat is de duur van de employer branding campagne, waarvoor we de servicekosten moeten berekenen?

**Antwoord:**

De duur van de verschillende campagnes is:

-Job marketing: 30 dagen

-Doelgroepencampagne: 2 maanden

-Employer brandingcampagne: 6 maanden

Deze termijnen zijn voor de objectivering van het prijsinvulformulier. In de praktijk kunnen we afwijken van deze looptijden.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

3

**Onderwerp:**

N.a.v. bijlage 3:

**Vraag:**

Is het uitgangspunt voor de servicekosten ook een campagne van 30 dagen?

**Antwoord:**

Zie antwoord op vraag 2.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

4

**Onderwerp:**

N.a.v. bijlage 2:

**Vraag:**

Is het mogelijk om bijlage 2 ook als Word-bestand aan te leveren, zodat deze invulbaar is en daarna ondertekend kan worden?

**Antwoord:**

Niet akkoord. Het staat de inschrijver vrij om dit document te printen voor ondertekening en het vervolgens als scan weer digitaal in te dienen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

5

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.6:

**Vraag:**

Waarom kiest u voor een relatieve prijsformule?

**Antwoord:**

De keuze voor een relatieve prijsformule (laagste prijs / uw prijs) is gemaakt om een objectieve en transparante vergelijking van prijsaanbiedingen te waarborgen. Deze methode zorgt ervoor dat de Inschrijver met de laagste prijs de maximale score krijgt en de andere inschrijvers een score ontvangen die proportioneel is aan hun prijsverschil ten opzichte van de laagste prijs. Dit resulteert in een eerlijke en navolgbare beoordeling en wordt als een eerlijke en gangbare methode binnen het Europees aanbestedingsrecht beschouwd.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

6

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.5, SGC4:

**Vraag:**

In het kader van proportionaliteit vraagt u veel bij SGC4. U vraagt een uitwerking onder tijdsdruk, in een vakantieperiode, inclusief concrete visuele voorbeelden. Gezien de vragen die u stelt, stellen wij voor om een tenderkostenvergoeding toe te passen. Kunt u hiermee instemmen?

**Antwoord:**

Nee, wij zullen geen tenderkostenvergoeding toekennen. De gevraagde inspanning voor de uitwerking van de casus voor SGC4 achten wij proportioneel in relatie tot de aard en de geraamde waarde van de opdracht.

Volgens het overzicht schoolvakanties van de Rijksoverheid valt de week van 4 mei buiten de meivakantie in alle regio's.

Wij erkennen echter de wens van inschrijvers om voldoende tijd te hebben voor een zorgvuldige uitwerking. Hoewel een zekere tijdsdruk onderdeel is van het toetsen van de creativiteit en slagkracht, willen wij een reëel kader bieden. Om hieraan tegemoet te komen, hebben wij besloten de indieningstermijn voor de casus te verruimen. De indieningsdeadline voor de uitwerking van de casus SGC4 wordt daarom verplaatst naar vrijdag 8 mei 2026 om 14:00 uur.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

7

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.5, SGC4:

**Vraag:**

Ook voor SGC4 verzoeken wij u om de visualisaties als bijlage aan te laten leveren, gezien de beperkte ruimte qua pagina's. Kunt u hiermee instemmen?

**Antwoord:**

Niet akkoord. De visualisaties voor SGC4 dienen opgenomen te worden binnen de maximale

omvang van 3 A4-pagina's.

Wij verzoeken u minimaal visualisaties op te nemen voor een Google Display Ad en een Meta-campagnepost. U kunt zich daarbij beperken tot deze twee kanalen.

De gestelde paginalimiet is bewust gekozen om alle inschrijvers op een gelijke en objectieve wijze te kunnen beoordelen. Deze beperking stimuleert inschrijvers om een beknopt, helder en overtuigend wervingsadvies te formuleren, hetgeen een belangrijke vaardigheid is van de beoogde strategische partner.

Wij zijn van oordeel dat een deskundige partij de gevraagde onderdelen adequaat binnen de gestelde limiet van 3 pagina's kan uitwerken. Het vermogen om hoofd- en bijzaken te onderscheiden en een kernachtig voorstel op te stellen, maakt onderdeel uit van de beoordeling.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

8

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.5, SGC3:

**Vraag:**

Voor de casus vraagt u terecht om het een en ander te onderbouwen. Het aantal pagina's dat u hiervoor beschikbaar stelt is te weinig. Wilt u het aantal pagina's uitbreiden naar 4 A4?

**Antwoord:**

De paginalimiet van maximaal 2 A4 voor de uitwerking van SGC3 wordt gehandhaafd. De limiet is bewust gekozen om alle inschrijvers objectief te kunnen vergelijken. Het vermogen om hoofd- en bijzaken te onderscheiden en een kernachtig advies op te stellen, maakt onderdeel uit van de beoordeling.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
9

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.5, SGC1:

**Vraag:**

U vraagt om een uitwerking van drie vragen voor zowel job marketing, doelgroep- en employer branding en u wilt hiervan graag schermafbeeldingen zien. Dit staat niet in verhouding met het aantal pagina's dat u beschikbaar stelt. Wij stellen voor om het aantal pagina's op 3 A4 te houden, waarbij de visualisaties van het dashboard als bijlage aangeleverd kunnen worden – aangezien dit alleen ter ondersteuning is van het verhaal. Kunt u hiermee instemmen?

**Antwoord:**

De paginalimiet voor de beantwoording van SGC1 wordt verhoogd naar maximaal 4 A4's enkelzijdig. Deze limiet omvat alle tekst, schermafbeeldingen en eventuele visualisaties. Er worden geen separate bijlagen geaccepteerd. Bij overschrijding worden uitsluitend de eerste 4 pagina's beoordeeld. Dit waarborgt een gelijke en objectieve vergelijking van inschrijvingen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
10

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.3:

**Vraag:**

Wanneer u wilt vasthouden aan een gewogen gemiddelde.  
Wat wordt dan de toelichting bij de betreffende score op basis van de gepubliceerde vijfpuntsschaal?

**Antwoord:**

De score (bijv. 100%, 75%) en de bijbehorende toelichting worden per subgunningscriterium vastgesteld tijdens het gezamenlijke overleg van het beoordelingsteam. De uiteindelijke puntenscore is het wiskundige resultaat van het gewogen gemiddelde van de individuele, definitieve scores van de teamleden. De onderbouwing van de score wordt gevormd door de gezamenlijke argumentatie en overwegingen van het team, die tot de definitieve individuele scores hebben geleid en dus de uiteindelijke gewogen puntenscore.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**  
**11**

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 4.3:

**Vraag:**

Een gewogen gemiddelde maakt het mogelijk dat een score wordt bepaald op basis van een "onvoldoende" en een "uitstekend", wat enorm veel effect heeft in de scorebepaling (gewogen gemiddelde is dan namelijk 50% in plaats van respectievelijk 0% of 100%). Dit is onwenselijk, omdat hiermee de objectiviteit van de beoordeling niet gewaarborgd wordt. Wilt u dit wijzigen in een consensusbeoordeling?

**Antwoord:**

Nee, wij handhaven de beschreven beoordelingsmethodiek. Deze methode is juist zorgvuldig ontworpen om de objectiviteit te waarborgen door de deskundige inbreng van elk individueel teamlid te combineren met een gezamenlijke toetsing.

De door u geschetste situatie, waarin scores sterk uiteenlopen, is precies waar het gezamenlijke overleg (zoals beschreven in paragraaf 4.3) zijn waarde bewijst. In een dergelijk geval dwingt de procedure het team om de onderliggende argumenten voor de uiteenlopende scores diepgaand te bespreken. Dit overleg dient om te controleren of alle beoordelaars de criteria op een eenduidige manier hebben geïnterpreteerd en om de scores te toetsen aan de feiten uit de inschrijving.

Na deze gezamenlijke toetsing stelt ieder lid zijn of haar definitieve score vast. Het berekende gemiddelde van deze gevalideerde scores is daarmee een transparant en objectief resultaat. Deze methode voorkomt dat een score tot stand komt door het forceren van consensus of door een onevenredige invloed van één perspectief, en waarborgt dat elke individuele, onderbouwde mening even zwaar meetelt in het eindresultaat. Wij achten deze methode daarom passend en betrouwbaar.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
12

**Onderwerp:**  
N.a.v. paragraaf 4.3:

**Vraag:**

U geeft aan dat u geen tussenliggende scores toekent, maar vervolgens hanteert u wel een gewogen gemiddelde als totaalbeoordeling. Dit weerspreekt elkaar, wat is van toepassing?

**Antwoord:**

Er is geen sprake van een tegenstrijdigheid. De individuele beoordelaars kennen per criterium geen tussenliggende scores toe; zij moeten kiezen uit 0%, 25%, 50%, 75% of 100%. De eindscore voor een criterium is echter het gewogen gemiddelde van de scores van alle beoordelaars en kan daardoor wel een tussenliggende waarde hebben (bijvoorbeeld 62,5%). Dit is een correcte en gangbare toepassing van deze beoordelingsmethode.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
13

**Onderwerp:**  
N.a.v. paragraaf 4.2:

**Vraag:**

Wordt de voorlopige rangschikking ook gedeeld, voordat de prijsinformatie geopend wordt?

**Antwoord:**

Nee, de beoordeling van kwaliteit en prijs vindt plaats in twee opeenvolgende fasen, zoals beschreven in paragraaf 4.2. De voorlopige rangschikking op basis van kwaliteit wordt niet afzonderlijk gedeeld voordat de prijsinformatie wordt geopend en beoordeeld. De definitieve rangschikking, gebaseerd op de gecombineerde score van kwaliteit en prijs, wordt gecommuniceerd in de (voorlopige) gunningsbeslissing.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
14

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 3.4, verzekering:

**Vraag:**

Ten aanzien van de verzekering geeft u aan dat na voorlopige gunning een kopie van de geldige verzekeringspolis of een dekkingsbevestiging van de verzekeraar overlegd moet worden. Dit sluit niet aan op de eerdere beschrijving die aangeeft: "Indien de Inschrijver op het moment van inschrijven nog niet over de vereiste verzekering beschikt, kan worden volstaan met het indienen van een verklaring (bijvoorbeeld een intentieverklaring van een verzekeraar of een eigen verklaring) waaruit blijkt dat de Inschrijver, in geval van gunning, uiterlijk voor de definitieve gunning een verzekering zal afsluiten die aan de gestelde eisen voldoet." Kunt u bevestigen dat een intentieverklaring bij voorlopige gunning volstaat?

**Antwoord:**

Dit is een correcte constatering. De procedure is als volgt en de passages in de aanbestedingsleidraad vullen elkaar aan:

1) Bij de inschrijving: Indien u op het moment van inschrijven nog niet over de vereiste verzekering beschikt, kunt u volstaan met een verklaring (zoals een intentieverklaring van een verzekeraar of een eigen verklaring). Hiermee toont u aan dat u in staat bent om de verzekering af te sluiten bij gunning.

2) Na de voorlopige gunning (tijdens de verificatiefase): De inschrijver aan wie de opdracht voorlopig wordt gegund, zal worden verzocht om de bewijsstukken te overleggen. In deze fase volstaat een intentieverklaring niet meer. U dient dan, binnen de gestelde termijn, het definitieve bewijs aan te leveren in de vorm van een kopie van de geldige verzekeringspolis of een dekkingsbevestiging van de verzekeraar. Dit bewijs is een voorwaarde om tot een definitieve gunning te kunnen overgaan.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
15

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 3.4, verzekering:

**Vraag:**

Een beroepsaansprakelijkheidsverzekering is voor deze type werkzaamheden niet gebruikelijk. Waarom stelt u deze verplichting?

**Antwoord:**

De opdracht omvat niet alleen de uitvoering van campagnes, maar ook een significante strategische adviescomponent: het opstellen van een employer brandingstrategie, het adviseren over kanaalkeuze en doelgroepbenadering, en het (mede) creëren van campagnemateriaal. Fouten in advies of uitvoering kunnen leiden tot aanzienlijke financiële schade — bijvoorbeeld door ineffectieve inzet van mediabudget — of tot reputatieschade voor de gemeente als werkgever. Gelet hierop achten wij een beroepsaansprakelijkheidsverzekering passend en proportioneel voor de aard van deze dienstverlening.

Naar aanleiding van deze vraag heeft de aanbestedende dienst de geschiktheidseis met betrekking tot de verzekering nader bezien. Gelet op de aard en de geraamde waarde van de opdracht en het proportionaliteitsbeginsel, gelden de onderstaande verzekeringsbedragen. Deze tekst vervangt de betreffende passage over de verzekering in paragraaf 3.4 van de Aanbestedingsleidraad en prevaleert daarboven:

Inschrijver beschikt gedurende de gehele looptijd van de overeenkomst over:

- Beroeps- en bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering met een minimale dekking van €250.000 per gebeurtenis en minimaal €500.000 per verzekeringsjaar.

Indien inschrijver op het moment van inschrijven nog niet over de vereiste verzekering beschikt, volstaat een intentieverklaring van een verzekeraar of een eigen verklaring waaruit blijkt dat de vereiste verzekering uiterlijk bij definitieve gunning is afgesloten. Na voorlopige gunning dient een kopie van de geldige polis/verzekeringscertificaat of een dekkingsbevestiging te worden overlegd.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

16

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 3.4, informatieveiligheid:

**Vraag:**

Wat is volgens u gelijkwaardig aan een ISO27001-certificaat?

**Antwoord:**

Naar aanleiding van deze en vergelijkbare vragen heeft de aanbestedende dienst besloten de geschiktheidseis met betrekking tot informatiebeveiliging (paragraaf 3.4 van de Aanbestedingsleidraad) te verduidelijken en te herformuleren.

De oorspronkelijke tekst van de geschiktheidseis 'Certificering' in paragraaf 3.4 van de Aanbestedingsleidraad (pagina 21) en de bijbehorende bewijsmiddelen (pagina 22 en 23) worden hierbij als volgt verduidelijkt en geherformuleerd. Deze nieuwe, onderstaande tekst vervangt de oorspronkelijke tekst, is per direct van kracht en prevaleert boven de eerdere formulering:

**" Informatiebeveiliging**

Inschrijver dient aan te tonen dat er een passend en gedocumenteerd niveau (toereikendheid) van informatiebeveiliging is geïmplementeerd. Om hieraan te voldoen, dient Inschrijver bij inschrijving te verklaren aan één van de volgende twee opties te (kunnen) voldoen:

**Optie 1: Certificering.**

Inschrijver beschikt over een geldig, door een onafhankelijke geaccrediteerde instelling afgegeven certificaat en bijbehorende Verklaring Van Toepasselijkheid (VVT) voor informatiebeveiliging.

Voorbeelden zijn:

- ISO/IEC 27001-certificaat; of
- NEN 7510-certificaat; of
- PCI/DSS-certificaat; of
- Een ander door een onafhankelijke, geaccrediteerde certificerende instelling afgegeven certificaat op basis van een internationaal erkende norm voor informatiebeveiliging.

**Optie 2: Gedocumenteerd beleid met managementverklaring**

Inschrijver beschikt over een eigen, door de directie vastgesteld en geïmplementeerd informatiebeveiligingsbeleid. Dit beleid is gebaseerd op de principes van een erkend raamwerk (zoals ISO 27001 of de Baseline Informatiebeveiliging Overheid - BIO) en wordt periodiek geëvalueerd.

**Bewijslast en verificatie:**

Bij inschrijving:

Inschrijver vult het Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA) in en verklaart hierin te voldoen aan de geschiktheidseis, waarbij hij aangeeft welke optie (1 of 2) van toepassing is.

**Na voorlopige gunning (verificatiefase):**

De Inschrijver aan wie de opdracht voorlopig wordt gegund, dient binnen 10 werkdagen het bewijs voor de door hem gekozen optie te overleggen:

- Voor optie 1: Een kopie van het geldige certificaat en de bijbehorende Verklaring Van Toepasselijkheid (VVT).

- Voor optie 2: De volgende twee documenten:

1) Een door de directie rechtsgeldig ondertekende managementverklaring (ook wel In Control Verklaring, ICV, genoemd) waarin wordt bevestigd dat de organisatie beschikt over een gedocumenteerd en geïmplementeerd informatiebeveiligingsbeleid dat periodiek wordt geëvalueerd.

2) De inhoudsopgave van dit informatiebeveiligingsbeleid. Uit deze inhoudsopgave moet ondubbelzinnig blijken dat het beleid minimaal de volgende onderwerpen (of equivalenten daarvan) behandelt:

- Rollen en verantwoordelijkheden (incl. aanwijzing van een verantwoordelijke voor informatiebeveiliging);
- Risicomanagement (identificatie en behandeling van risico's);
- Toegangsbeheer (fysiek en logisch);
- Beveiliging van bedrijfsmiddelen (assets);
- Beveiliging van personeel (o.a. screening, training, bewustwording);
- Communicatie- en operationeel beheer (incl. back-up, logging, monitoring);
- Incidentmanagement (procedure voor het melden en afhandelen van datalekken en andere beveiligingsincidenten);
- Bedrijfscontinuïteitsbeheer;
- Naleving (compliance met wet- en regelgeving, zoals de AVG).

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijffronde:**

Inschrijffronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

17

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 1.2.7:

**Vraag:**

Wat zijn redenen om de overeenkomst met de winnende inschrijver te beëindigen en over te gaan tot de wachtkamerovereenkomst?

**Antwoord:**

De Wachtkamerovereenkomst kan worden ingeroepen in geval van een voortijdige ontbinding van de Overeenkomst met de eerste Opdrachtnemer binnen de eerste twaalf (12) na ingangsdatum overeenkomst. De gronden voor ontbinding zijn vastgelegd in de Raamovereenkomst en de Algemene Inkoopvoorwaarden. Hierbij kunt u denken aan situaties zoals toerekenbare tekortkoming in de nakoming van contractuele verplichtingen (waaronder de eisen uit het Programma van Eisen), faillissement van de Opdrachtnemer of andere gronden die een beëindiging van de samenwerking rechtvaardigen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

18

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 1.2.7:

**Vraag:**

De wachtkamerovereenkomst heeft een gelijke duur als de initiële contractduur van de winnende partij. Betekent dit dat u gebruik kunt maken van de wachtkamer, wanneer u niet tot verlenging overgaat met de winnende partij?

**Antwoord:**

Nee, de wachtkamerconstructie is uitsluitend bedoeld voor de specifieke situatie waarin de overeenkomst met de eerste opdrachtnemer voortijdig wordt ontbonden binnen de eerste twaalf (12) maanden na contractaanvang. De constructie kan dus niet worden ingeroepen wanneer de

gemeente aan het einde van de intiele contractduur (of verlengingsperiode) besluit om de overeenkomst niet verder te verlengen. Het is geen instrument ter vervanging van een reguliere contractverlenging.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
19

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 1.2.4:

**Vraag:**

De verwachte jaarlijkse uitgaven zijn 50.000 euro per jaar.

Kunt u aangeven welk jaar vanuit de historische context hierbij het beste aansluit als representatief jaar, gezien het aantal campagnes fluctueert?

**Antwoord:**

Het aantal campagnes per jaar fluctueert inderdaad. We kunnen geen representatief jaar aangeven omdat onze focus is gewijzigd. Voor de komende jaren zetten wij naast de meer ad hoc job marketing ook in op doelgroepen- en employer brandingcampagnes. Dit type campagnes wijkt af van de inzet in voorgaande jaren, waardoor deze eerdere jaren niet representatief zijn voor de verwachte inzet in de komende contractperiode.

Op basis van onze ambities, voorgenomen strategie en beschikbare budget hebben wij de verwachte uitvraag aan de Opdrachtnemer beschreven in aanbestedingsleidraad paragraaf 1.2.4: "Voor de komende contractperiode verwacht gemeente Stichtse Vecht gemiddeld 10-20 jobmarketingcampagnes, 1 à 2 doelgroepencampagnes en 1 à 2 (semi)doorlopende employer brandingcampagnes per jaar."

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
20

**Onderwerp:**  
N.a.v. paragraaf 1.2.4:

**Vraag:**  
Wat verstaat u onder een zichtbaarheids campagne?

**Antwoord:**  
Zichtbaarheid voor Stichtse Vecht als werkgever om extra bezoekers te genereren voor onze werken bij-website.

**Fase:**  
Inschrijffase

**Inschrijfronde:**  
Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**  
Vragenronde 1

**Beantwoord op:**  
23 mrt 2026

**Percelen:**  
P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
21

**Onderwerp:**  
N.a.v. paragraaf 1.2.3:

**Vraag:**  
U geeft aan dat content creatie niet hoort tot de scope. Voor succesvolle jobmarketing is het wel belangrijk dat de content aanspreekt bij de ontvanger. Is dit buiten de scope gehouden, omdat hiervoor andere partijen zijn gecontracteerd?

**Antwoord:**  
Voor de content creatie zijn geen andere partijen gecontracteerd.  
Ter verduidelijking wordt paragraaf 1.2.3 van de Aanbestedingsleidraad op de volgende punten aangevuld:

Buiten de scope van de opdracht valt:

- De structurele productie van content die niet direct gekoppeld is aan een campagne, zoals, onder andere, het schrijven van vacatureteksten, (niet-betaalde) socialmediaberichten, testimonials en websiteteksten. Deze werkzaamheden worden in beginsel opgepakt door ons team Recruitment.

Binnen de scope van de opdracht valt:

- Het (mede) creëren, vormgeven, produceren en plaatsen van al het benodigde (digitale) campagnemateriaal. Dit omvat, maar is niet beperkt tot, banners en social media advertenties. De creatie gebeurt in de regel op basis van door Opdrachtgever aangeleverd basismateriaal (zoals foto's, video's en huisstijlelementen), maar kan incidenteel in overleg en binnen een Nadere Opdracht ook de productie van nieuw materiaal omvatten.
- Het opstellen van een overkoepelend content- en campagneconcept als onderdeel van de employer branding strategie.
- Het gevraagd en ongevraagd strategisch adviseren over alle aspecten van onze arbeidsmarktcommunicatie, inclusief de door ons zelf geproduceerde content (zoals

vacatureteksten, foto's, video's en social media posts), met als doel de effectiviteit doorlopend te verbeteren.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

22

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 1.2.3:

**Vraag:**

U geeft aan dat content creatie niet hoort tot de scope. Valt het maken van banners voor campagnes hier ook onder?

**Antwoord:**

Zie ook antwoord bij vraag 21.

Het maken / opmaken / vormgeven / plaatsen van banners voor campagnes valt binnen de scope van deze opdracht. Gemeente Stichtse Vecht levert doorgaans de foto's en/of video's hiervoor aan.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

23

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 1.2.1:

**Vraag:**

Kunt u inzicht geven wat het gemiddelde budget is van de jobmarketingcampagnes die u nu uitvoert?

**Antwoord:**

De budgetten voor jobmarketingcampagnes variëren en zijn afhankelijk van factoren zoals doelgroep, schaarste op de arbeidsmarkt, urgentie van de vacature en de gekozen kanalen.

In paragraaf 1.2.4 van de aanbestedingsleidraad is een inschatting opgenomen van de verwachte aantallen voor de komende contractperiode.

De gemeente kiest er bewust voor om geen nadere specificatie van budgetten te geven. Met deze aanbesteding beogen wij inschrijvers uit te nodigen om, op basis van hun eigen expertise en visie, een passend en effectief voorstel te doen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

24

**Onderwerp:**

N.a.v. paragraaf 1.2.1:

**Vraag:**

Kunt u inzicht geven in welke type jobmarketingcampagnes nu worden uitgevoerd?

**Antwoord:**

Stichtse Vecht zet nu job marketingcampagnes in voor de vacatures die we zelf lastig kunnen invullen met onze eigen (owned) kanalen. Dit doen we per vacature en met een focus op directe sollicitaties.

We zoeken een Opdrachtnemer die ons per campagneaanvraag adviseert welk type jobmarketingcampagne het beste het dan vastgestelde doel nastreeft.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
25

**Onderwerp:**  
N.a.v. paragraaf 1.2.1:

**Vraag:**  
Kunt u aangeven wat in de huidige situatie de werkverdeling is tussen het interne recruitmentteam en de externe partij?

**Antwoord:**  
Wij begrijpen uw vraag naar de huidige werkverdeling tussen het interne recruitmentteam en een externe partij. Met deze aanbesteding beogen wij echter juist een partner te selecteren die, mede op basis van eigen expertise en ervaring, een efficiënte inrichting van de samenwerking en het proces voorstelt.

Om die reden schrijven wij de huidige werkverdeling niet gedetailleerd voor. Wij laten deze nadrukkelijk open, zodat inschrijvers in SGC1 hun visie kunnen geven op een optimale en ontzorgende procesinrichting en rolverdeling, passend bij onze organisatie en doelstellingen.

Uitgangspunt is dat Stichtse Vecht inhoudelijk en procesmatig eigenaar blijft. Kortgezegd gaat Opdrachtgever over het 'wat' en 'waarom'. Ook levert Stichtse Vecht doorgaans input zoals foto's, video's en eventueel testimonials.

De Opdrachtnemer is strategisch en uitvoerend partner (het 'hoe' en 'waar') en optimaliseert continu.

**Fase:**  
Inschrijffase

**Inschrijfronde:**  
Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**  
Vragenronde 1

**Beantwoord op:**  
26 mrt 2026

**Percelen:**  
P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
26

**Onderwerp:**  
ISO 27001

**Vraag:**  
N.a.v. aanbestedingsleidraad, paragraaf 3.4 (Informatieveiligheid): In de branche waarin u de uitvraag doet is een ISO27001 certificering niet gebruikelijk. Wat is de reden dat u hierom vraagt?

**Antwoord:**  
Informatiebeveiliging heeft niet alleen betrekking op het beveiligen van persoonsgegevens, maar over alle informatie waar een gemeente over beschikt. De gemeente moet voldoen aan de Baseline Informatiebeveiliging Overheid (BIO2), het normenkader voor informatiebeveiliging, en de toekomstige Network and Information Security directive (NIS2, Cyberbeveiligingswet). Hierin wordt ook gesproken over de uitwisseling van informatie binnen ketensamenwerking en leveranciersmanagement.

In het geval dat de gemeente informatie aan ketenpartners of leveranciers toevertrouwt, blijft de gemeente er verantwoordelijk voor dat deze informatie zorgvuldig beschermd wordt. De verantwoordelijkheid voor informatiebeveiliging kan niet worden gedelegeerd. De gemeente moet daarom aansluitvoorwaarden eisen of stellen aan de leverende of afnemende partij. Kortom, we willen weten hoe een passend niveau van beveiliging is ingericht en hoe toereikendheid kan worden aangetoond.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

27

**Onderwerp:**

ISO 27001

**Vraag:**

N.a.v. aanbestedingsleidraad paragraaf 3.4 (Informatieveiligheid): In de branche waarin u de uitvraag doet is een ISO27001 certificering niet gebruikelijk. Hierdoor is de kans groot dat u het speelveld onnodig verkleint. Wilt u de certificeringseis laten vervallen?

**Antwoord:**

Zie antwoord op vraag 16 en 26.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

28

**Onderwerp:**

3.4 Geschiktheidseisen

**Vraag:**

U vraagt een dienstverlening uit waar alleen campagnes worden gevoerd en er geen kandidaatdata van uw organisatie door onze systemen gaat. Het lijkt ons dan ook niet relevant om ISO27001 certificering te vragen. Gaat u akkoord dat in deze dienstverlening een ISO27001 (of gelijkwaardig) niet relevant is en daarom dan ook niet door inschrijver hoeft te worden aangeleverd? Gaat u hiermee akkoord? Zo nee, kunt u een onderbouwde toelichting geven.

**Antwoord:**

Informatiebeveiliging heeft niet alleen betrekking op het beveiligen van persoonsgegevens, maar over alle informatie waar een gemeente over beschikt. De gemeente moet voldoen aan de Baseline Informatiebeveiliging Overheid (BIO2), het normenkader voor informatiebeveiliging, en de toekomstige Network and Information Security directive (NIS2, Cyberbeveiligingswet). Hierin wordt ook gesproken over de uitwisseling van informatie binnen ketensamenwerking en leveranciersmanagement.

In het geval dat de gemeente informatie aan ketenpartners of leveranciers toevertrouwt, blijft de gemeente er verantwoordelijk voor dat deze informatie zorgvuldig beschermd wordt. De verantwoordelijkheid voor informatiebeveiliging kan niet worden gedelegeerd. De gemeente moet daarom aansluitvoorwaarden eisen of stellen aan de leverende of afnemende partij. Kortom, we willen weten hoe een passend niveau van beveiliging is ingericht en hoe toereikendheid kan worden aangetoond.

Zie antwoord op vraag 16 voor andere opties van passende informatiebeveiliging gelijkwaardig aan de ISO27001.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

29

**Onderwerp:**

Certificering

**Vraag:**

Het eisen van een externe ISO 27001-certificering (of onafhankelijke verklaring) is voor veel partijen een disproportionele last, wat de mededinging beperkt. Bent u bereid deze eis te versoepelen, zodat een eigen onderbouwde beschrijving van ons (op ISO 27001 gebaseerde) ISMS volstaat als bewijs?

**Antwoord:**

Zie ook antwoord op vraag 16

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

30

**Onderwerp:**

Innovatieve recruitmentkanalen

**Vraag:**

In paragraaf 6.1 van het PvE wordt beschreven dat tijdens voortgangsoverleggen onder andere innovatiemogelijkheden worden besproken.

Staat de aanbestedende dienst open voor alternatieve of innovatieve recruitmentkanalen en aanpakken die niet expliciet in de aanbestedingsstukken worden genoemd?

**Antwoord:**

Stichtse Vecht staat zeker open om innovatiemogelijkheden te bespreken tijdens de overleggen. Echter, wat u verstaat onder 'alternatieve of innovatieve recruitmentkanalen' is ons niet duidelijk. Hierbij is het van belang of het bijdraagt aan het bereiken van onze doelstellingen.

De kanalen die wij in de aanbestedingsstukken noemen, zijn niet de enige kanalen waar wij campagnes op willen plaatsen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

31

**Onderwerp:**

Optimalisatie vacatureteksten

**Vraag:**

In paragraaf 2.3 van het PvE staat dat opdrachtnemer adviseert over optimalisatie van vacatureteksten voor SEO.

Kunt u verduidelijken of van opdrachtnemer wordt verwacht dat:

- Vacatureteksten inhoudelijk worden herschreven of geoptimaliseerd; of
- Uitsluitend advies wordt gegeven over SEO en vindbaarheid?

**Antwoord:**

Uitsluitend advies over SEO en vindbaarheid.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**  
32

**Onderwerp:**

Productie van campagnecontent

**Vraag:**

In paragraaf 1.2.3 van de aanbestedingsleidraad wordt de scope van de opdracht beschreven. Kunt u bevestigen dat de productie van campagnecontent (zoals video, fotografie of advertentiemateriaal) binnen de scope van deze opdracht valt?

**Antwoord:**

In de praktijk levert Stichtse Vecht doorgaans het basismateriaal aan (foto's en/of video's), dat als uitgangspunt dient voor de campagne(s).

Per campagne vragen we de Opdrachtnemer met dit materiaal en onze huisstijl-richtlijnen de advertentie(s) op te maken.

Content creatie die buiten de scope valt betreft onder andere: vacatureteksten, socialmediaberichten, testimonials, websiteteksten. Het opstellen van deze content wordt opgepakt door team recruitment van Stichtse Vecht.

Zie ook antwoord vraag 21.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

**Onderwerp:**

33

Beschikbaarheid buiten kantooruren

**Vraag:**

In paragraaf 4.2 van het PvE staat dat de contactpersoon bereikbaar is tijdens kantooruren (08:30-17:30).

Wordt van opdrachtnemer verwacht dat ook buiten kantooruren beschikbaarheid wordt geboden, bijvoorbeeld voor spoedcorrecties of campagneplaatsingen?

**Antwoord:**

Ja, in geval van spoedcorrecties zoals bedoeld in paragraaf 3.7 van het Programma van Eisen, wordt van de Opdrachtnemer verwacht dat deze ook buiten kantooruren bereikbaar is en eventueel ook actie kan ondernemen.

Dit betreft nadrukkelijk geen structurele 24/7-beschikbaarheidsverplichting. Het gaat om uitzonderlijke situaties waarin directe actie noodzakelijk is om (verdere) (reputatie)schade of ongewenste effecten van lopende campagnes te voorkomen.

Paragraaf 4.2 (Bereikbaarheid) en 3.7 (Spoedcorrecties) van het Programma van Eisen worden in dat kader als volgt aangevuld:

“Indien de gemeente buiten kantooruren (avonden, weekenden en nationale feestdagen) een spoedcorrectie meldt, telefonisch of per e-mail, levert de Opdrachtnemer een redelijke inspanning om deze melding zo spoedig mogelijk, naar aard en urgentie van de situatie, op te pakken en waar mogelijk te corrigeren.

De Opdrachtnemer richt hiervoor een passend proces in, zodat dergelijke urgente meldingen tijdig worden gesignaleerd en beoordeeld. De contactpersoon of diens vervanger fungeert als eerste aanspreekpunt, of de Opdrachtnemer beschikt over een duidelijk ingericht escalatiemechanisme (bijvoorbeeld een spoednummer).

De wijze en snelheid van opvolging worden in onderling overleg bepaald, waarbij proportionaliteit en redelijkheid leidend zijn.”

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.

34

**Onderwerp:**

Huidige systemen en analytics

**Vraag:**

In paragraaf 5.1 van het PvE wordt gevraagd om een online dashboard met campagnedata.

Kunt u aangeven welke systemen gemeente Stichtse Vecht momenteel gebruikt voor:

- webanalytics

- ATS / recruitmentsysteem
- conversietracking?

**Antwoord:**

We hebben een webanalytics van Acquia Web Governance (Monsido). We zijn intern aan het onderzoeken of we willen overstappen naar een andere analytics. Google Analytics zal dat niet worden.

Ons ATS is Ubeoo.

Conversietracking hebben we niet ingeregeld.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

35

**Onderwerp:**

Verschillen in aantal campagnes

**Vraag:**

In paragraaf 1.2.4 van de aanbestedingsleidraad wordt een overzicht gegeven van het aantal campagnes per jaar.

Hierin zijn grote verschillen zichtbaar (bijvoorbeeld 37 campagnes in 2021 en 3 campagnes in 2025).

Kunt u toelichten wat de oorzaak is van deze fluctuaties?

**Antwoord:**

De aantallen verschillen inderdaad sterk. Dit is o.a. te verklaren door verschil van visie van de verschillende recruiters, beschikbare budgetten, druk vanuit de organisatie om vacatures in te vullen.

Historische aantallen zijn niet representatief voor de nieuwe overeenkomst. Voor de komende jaren willen we minder ad hoc en meer strategisch inzetten en bouwen aan ons doel om in beeld te komen als aantrekkelijk werkgever bij onze prioritaire wervingsdoelgroepen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

36

**Onderwerp:**

Doel van employer branding campagnes

**Vraag:**

In paragraaf 2.1 van het PvE wordt gesproken over (semi)doorlopende employer branding campagnes.

Kunt u toelichten wat het primaire doel is van deze campagnes?

Bijvoorbeeld:

- Vergroten van naamsbekendheid als werkgever
- Opbouwen van een talentpool
- Vergroten van sollicitaties
- Versterken van het werkgeversmerk

**Antwoord:**

De doelen van de employer branding campagnes zijn veelzijdig en gericht op de lange termijn, zoals ook beschreven in het Programma van Eisen (paragraaf 2.1) en de Aanbestedingsleidraad (paragraaf 1.2.2). Het primaire doel is het versterken van onze positie als een aantrekkelijke en herkenbare werkgever bij onze prioritaire wervingsdoelgroepen. Dit omvat alle door u genoemde aspecten: het vergroten van de naamsbekendheid, het versterken van het werkgeversmerk en, als uiteindelijk resultaat, het aantrekken van meer en beter gekwalificeerde kandidaten voor zowel huidige als toekomstige vacatures en talentpool-opbouw.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

37

**Onderwerp:**

Besteding van het budget

**Vraag:**

In paragraaf 1.2.4 van de aanbestedingsleidraad wordt een indicatief jaarlijks budget van circa €50.000 genoemd.

Kunt u toelichten:

- of dit budget primair bedoeld is voor mediabudget;
- of dit ook kosten voor advies, tooling en campagnebeheer omvat;
- en hoe dit budget indicatief wordt verdeeld?

**Antwoord:**

Het jaarlijkse budget van € 50.000 (exclusief btw) omvat alle kosten: mediabudget, kosten voor advies, campagnebeheer, het dashboard, de employer brandingstrategie. In paragraaf 1.2.4 van de Aanbestedingsleidraad is een indicatie gegeven van de verwachte aantallen job marketing-, doelgroepen- en employer brandingcampagnes. Aan deze inschatting kunnen geen rechten worden ontleend.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

25 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

38

**Onderwerp:**

Rolverdeling recruitmentteam en opdrachtnemer

**Vraag:**

In paragraaf 1.2.2 van de aanbestedingsleidraad wordt aangegeven dat de opdrachtnemer de unit Recruitment ondersteunt bij job marketing-, doelgroep- en employer brandingcampagnes. Kunt u toelichten hoe de rolverdeling tussen het interne recruitmentteam en de opdrachtnemer idealiter wordt vormgegeven, bijvoorbeeld ten aanzien van:

- doelgroepstrategie
- vacatureteksten
- campagneconcept
- creatie van campagne-uitingen?

**Antwoord:**

Zie antwoord op vraag 25.

Voor een aantal specifieke onderdelen uit uw vraag is de rolverdeling al vastgelegd in de aanbestedingsdocumenten:

- Doelgroepstrategie: de opdrachtnemer ontwikkelt in samenwerking met de opdrachtgever een strategisch plan, inclusief doelgroep- en arbeidsmarktanalyse (zie eis 2.1 van het Programma van Eisen). De gemeente bepaalt de prioritaire wervingsdoelgroepen en is inhoudelijk eigenaar.
- Vacatureteksten: het opstellen van vacatureteksten valt buiten de scope van de opdracht en wordt verzorgd door team Recruitment van gemeente Stichtse Vecht. De opdrachtnemer adviseert uitsluitend over SEO en vindbaarheid (zie paragraaf 1.2.3 en eis 2.3 van het Programma van Eisen).
- Campagneconcept: het overkoepelende, strategische campagneconcept maakt onderdeel uit van het strategisch plan (eis 2.1). Per individuele campagne verzorgt de opdrachtnemer de tactische uitwerking van het concept als onderdeel van de servicekosten.
- Creatie van campagne-uitingen: gemeente Stichtse Vecht levert doorgaans het basismateriaal aan (foto's, video's en huisstijlelementen). De opdrachtnemer verzorgt op basis daarvan de opmaak, vormgeving en plaatsing van alle campagne-uitingen, waaronder banners en social media advertenties (zie paragraaf 1.2.3 en de antwoorden op vragen 21 en 22).

Voor de overige aspecten van de rolverdeling en procesinrichting nodigen wij inschrijvers uit om in SGC1 een concreet en onderbouwd voorstel te doen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

39

**Onderwerp:**

Beschikbaarheid arbeidsmarktanalyse of nulmeting

**Vraag:**

In paragraaf 2.1 van het PvE wordt aangegeven dat het strategisch plan onder meer een arbeidsmarktanalyse, doelgroepanalyse en nulmeting bevat.

Zijn er reeds bestaande analyses, rapportages of nulmetingen beschikbaar waarop het strategisch plan kan voortbouwen?

Indien ja, kunnen deze worden gedeeld met inschrijvers?

**Antwoord:**

Nee deze zijn er niet.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

40

**Onderwerp:**

Proportionaliteit ISO-27001 eis

**Vraag:**

In paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad wordt als geschiktheidseis gesteld dat inschrijver beschikt over een ISO27001-certificering of gelijkwaardig.

De opdracht betreft voornamelijk recruitment marketingactiviteiten zoals advies,

campagneplaatsingen en rapportages. Daarnaast valt volgens de scope van de opdracht expliciet geen ATS-systeem, 'Werken bij'-website of talent sourcing onder de opdracht.

Kunt u toelichten waarom in dit kader een ISO27001-certificering noodzakelijk en proportioneel wordt geacht?

Is de aanbestedende dienst bereid deze eis te heroverwegen, bijvoorbeeld door ook alternatieve vormen van aantoonbare informatiebeveiliging te accepteren (zoals gedocumenteerd informatiebeveiligingsbeleid of privacy- en databeveiligingsmaatregelen)?

**Antwoord:**

De volledige eis betreft: ISO27001-certificering of gelijkwaardig. Stichtse Vecht accepteert dus ook andere vormen van aantoonbare informatiebeveiliging en maatregelen.

Zie voor een toelichting op de eis het antwoord bij vraag 26. Zie voor andere opties van passende informatiebeveiliging gelijkwaardig aan de ISO27001 het antwoord op vraag 16.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

41

**Onderwerp:**

Deadline casus SGC4

**Vraag:**

In paragraaf 2.5 van de aanbestedingsleidraad is opgenomen dat de casus voor SGC4 op 4 mei 2026 wordt verstrekt en uiterlijk 7 mei 2026 om 10.00 uur moet worden ingediend.

Gelet op de beperkte uitwerkingstermijn van twee werkdagen (waarbij 5 mei gerekend is als een vrije dag) en de omvang van de gevraagde uitwerking, verzoeken wij u te overwegen de indieningsdeadline te verruimen naar vrijdag 8 mei 2026 om 17.00 uur.

Gaat u hiermee akkoord te gaan?

**Antwoord:**

Deels akkoord. Wij erkennen de wens voor voldoende uitwerkingstijd. Om de kwaliteit van de inzendingen te maximaliseren, wordt de indieningsdeadline voor de uitwerking van de casus SGC4 verplaatst naar vrijdag 8 mei 2026 om 14:00 uur.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

42

**Onderwerp:**

Aanpassing individuele beoordelingen

**Vraag:**

In paragraaf 4.3 van de aanbestedingsleidraad wordt beschreven dat beoordelaars eerst individueel beoordelen en vervolgens gezamenlijk overleg voeren om de resultaten te bespreken. Kan tijdens dit gezamenlijke overleg een individuele beoordelaar zijn of haar oorspronkelijke beoordeling nog aanpassen (naar boven of naar beneden), bijvoorbeeld naar aanleiding van inzichten uit het overleg?

**Antwoord:**

Ja, dat is correct. Het doel van het gezamenlijke overleg is om te waarborgen dat alle beoordelaars de criteria en de inschrijving op een eenduidige manier hebben geïnterpreteerd. Een individuele beoordelaar kan naar aanleiding van deze discussie zijn of haar score aanpassen, maar is hiertoe niet verplicht.

Het model is geen consensusmodel. Na de gezamenlijke bespreking stelt ieder lid zijn of haar individuele, definitieve score vast op basis van de eigen professionele expertise en overtuiging. De eindscore is het wiskundige gewogen gemiddelde van deze individuele scores, niet een gezamenlijk vastgesteld cijfer. Dit waarborgt dat elk onderbouwd oordeel even zwaar meetelt, ook als de meningen uiteenlopen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

43

**Onderwerp:**

Samenstelling beoordelingsteam

**Vraag:**

In paragraaf 4.3 van de aanbestedingsleidraad wordt vermeld dat een beoordelingsteam de kwalitatieve inschrijvingen beoordeelt.

Kunt u aangeven:

- Uit hoeveel personen het beoordelingsteam bestaat; en
- Welke functies of rollen deze beoordelaars binnen de organisatie vervullen?

**Antwoord:**

Het beoordelingsteam bestaat uit minimaal drie personen die relevante deskundigheid en ervaring hebben met het betreffende onderwerp.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
44

**Onderwerp:**

Ondertekening prijzeninvulformulier

**Vraag:**

In paragraaf 3.6 van de aanbestedingsleidraad is een checklist opgenomen van de in te dienen documenten. Daarbij wordt verwezen naar het prijzeninvulformulier (bijlage 3).

In het prijzeninvulformulier is echter geen ondertekeningsveld opgenomen.

Kunt u bevestigen dat het prijzeninvulformulier, zowel in Excel- als PDF-formaat, niet afzonderlijk ondertekend hoeft te worden, zolang het document via TenderNed wordt ingediend als onderdeel van de inschrijving?

**Antwoord:**

U signaleert terecht dat een ondertekeningsveld ontbreekt in het oorspronkelijk gepubliceerde Prijzeninvulformulier (Bijlage 3). Om deze omissie te herstellen, wordt gelijktijdig met deze Nota van Inlichtingen een gecorrigeerde versie van Bijlage 3 gepubliceerd. Wij verzoeken u deze nieuwe versie te gebruiken voor uw inschrijving.

Voor de volledigheid merken wij op dat, ook met dit veld, de rechtsgeldige indiening van uw volledige inschrijving via TenderNed door een daartoe bevoegde persoon geldt als de overkoepelende ondertekening van alle ingediende documenten.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
45

**Onderwerp:**  
Contractduur

**Vraag:**

In paragraaf 1.2.6 van de aanbestedingsleidraad is opgenomen dat de raamovereenkomst een looptijd heeft van één jaar met driemaal een verlengingsoptie van één jaar. Is de aanbestedende dienst bereid om de contractduur aan te passen naar een initiële looptijd van twee jaar met tweemaal een verlengingsoptie van één jaar (2 + 1 + 1), zodat meer continuïteit ontstaat in de samenwerking en investeringen in strategie en employer branding beter renderen?

**Antwoord:**

Niet akkoord, de contractduur van één jaar met driemaal een optie tot verlenging van één jaar (1+1+1) wordt gehandhaafd. Deze structuur is een bewuste keuze die een balans creëert tussen de wens voor een duurzame samenwerking en de noodzaak voor flexibiliteit. Het stelt ons in staat om de samenwerking en de behaalde resultaten periodiek formeel te evalueren en te bevestigen. Bij een succesvolle en effectieve samenwerking, wat onze uitdrukkelijke intentie is, zal de continuïteit worden gewaarborgd door gebruik te maken van de verlengingsopties.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

Ref.nr.  
46

**Onderwerp:**  
Prijsblad

**Vraag:**

Bij de servicekosten vraagt u onder andere om een concept dat vervolgens per campagne wordt berekend (bijvoorbeeld keer 4 of keer 8). Zou het mogelijk zijn om in plaats daarvan een prijs per campagneconcept aan te houden, zonder aantallen per campagne? Het uitgangspunt is namelijk dat een sterk concept duurzaam is en voor langere tijd inzetbaar, waardoor de ontwikkelkosten eenmalig zijn in plaats van per campagne.

**Antwoord:**

Niet akkoord. Wij handhaven de voorgeschreven opzet van het prijsinvalformulier om een gelijke, transparante en objectieve vergelijking van alle inschrijvingen te kunnen waarborgen.

Het 'campagneconcept' waarvoor in Deel 2 (Servicekosten) een fee wordt gevraagd, is niet de overkoepelende, meerjarige employer branding strategie. Het betreft de concrete, tactische uitwerking voor een specifieke campagne

De aantallen zijn fictief en dienen uitsluitend ter vergelijking. Wij voorzien dat voor wisselende doelgroepen nieuwe campagnes worden ontwikkeld, die elk een eigen tactische benadering en

creatieve uitwerking vereisen. Ook bij de overkoepelende employer branding campagnes is het onze wens om de concrete insteek periodiek te vernieuwen. Het hanteren van een eenmalige fee voor een concept sluit daarom niet aan bij de dynamische aard van de dienstverlening.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

47

**Onderwerp:**

Prijsblad

**Vraag:**

U vraagt bij Doelgroep campagne en Employer branding campagne expliciet naar de servicekosten voor een campagneconcept, maar dit is ook onderdeel van deel 3 (programma van eisen 2.1) in het prijzenblad, kunt u het campagneconcept hier laten vervallen?

**Antwoord:**

U signaleert terecht dat de term 'campagneconcept' op meerdere plaatsen terugkomt. Er is echter een wezenlijk en bewust onderscheid tussen de twee onderdelen, die elkaar aanvullen en niet overlappen. Wij zullen het campagneconcept in het Programma van Eisen dan ook niet laten vervallen.

Ter verduidelijking wordt het onderscheid hieronder toegelicht:

- Strategisch niveau (Programma van Eisen 2.1 / Prijsblad Deel 3): Het 'content- en campagneconcept' dat onderdeel is van het strategisch plan, is van strategische en overkoepelende aard. Dit is het richtinggevende creatieve hoofdconcept voor de lange termijn. Het beschrijft de fundamentele 'kapstok' voor onze employer branding: de centrale boodschap, de visuele stijl en de tone-of-voice die als rode draad zullen dienen voor alle toekomstige campagnes. Het is de blauwdruk die onze herkenbaarheid als werkgever waarborgt.

- Tactisch niveau (Prijsblad Deel 2 - Servicekosten): Het 'campagneconcept' waarvoor in Deel 2 een fee wordt gevraagd, betreft de concrete, tactische uitwerking voor een specifieke campagne (doelgroepen- of employer brandingcampagne). Hier wordt het overkoepelende, strategische concept vertaald naar een concrete aanpak voor één specifieke doelgroep of doelstelling. Dit omvat bijvoorbeeld:

- Specifieke boodschappen die voor die doelgroep relevant zijn.
- De concrete invulling van de advertenties en banners.
- Een specifieke landingspagina-opzet of een unieke call-to-action.

In Deel 3 prijst u eenmalige ontwikkeling van de stagische 'paraplu'. In deel 2 prijst u de terugkerende, operationele inspanning om voor een nieuwe campagne een specifieke uitwerking te maken die onder die paraplu past. De voorgeschreven opzet van het prijsinvalformulier wordt daarom gehandhaafd om een gelijke en objectieve vergelijking te waarborgen.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**  
48**Onderwerp:**

Prijsblad

**Vraag:**

Service kosten zijn verdisconteerd in de media, mag hier 0 euro ingevuld worden?

**Antwoord:**

Niet akkoord. Wij handhaven de voorgeschreven structuur van het Prijsinvulformulier (Bijlage 3). Het is niet toegestaan om voor de servicekosten een bedrag van €0,- in te vullen met als argumentatie dat deze kosten zijn verdisconteerd in de mediakosten.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**  
49**Onderwerp:**

Betreft Aanbestedingsleidraad, paragraaf 3.4

**Vraag:**

U stelt als geschiktheidseis dat inschrijver dient te beschikken over een ISO 27001-certificaat (of gelijkwaardig). Wij begrijpen het belang van informatiebeveiliging voor gemeenten. Tegelijkertijd constateren wij dat de opdracht volgens de aanbestedingsstukken voornamelijk bestaat uit recruitment marketing, job marketing en employer brandingcampagnes. Daarnaast wordt expliciet aangegeven dat o.a. een ATS-systeem, 'werken bij'-website en talent sourcing buiten de scope van de opdracht vallen. De dienstverlening bestaat daarmee primair uit marketingadvies, mediaplanning en campagne-uitvoering, waarbij geen software wordt geleverd of beheerd en geen structurele verwerking of hosting van persoonsgegevens plaatsvindt.

Voor deze expertise is een ISO 27001-certificering daarom niet gebruikelijk. Mede gelet op het proportionaliteitsbeginsel verzoeken wij de aanbestedende dienst te overwegen deze eis te laten vervallen.

**Antwoord:**

Informatiebeveiliging heeft niet alleen betrekking op het beveiligen van persoonsgegevens, maar over alle informatie waar een gemeente over beschikt. De gemeente moet voldoen aan de Baseline Informatiebeveiliging Overheid (BIO2), het normenkader voor informatiebeveiliging, en de toekomstige Network and Information Security directive (NIS2, Cyberbeveiligingswet). Hierin wordt ook gesproken over de uitwisseling van informatie binnen ketensamenwerking en leveranciersmanagement.

In het geval dat de gemeente informatie aan ketenpartners of leveranciers toevertrouwt, blijft de gemeente er verantwoordelijk voor dat deze informatie zorgvuldig beschermd wordt. De verantwoordelijkheid voor informatiebeveiliging kan niet worden gedelegeerd. De gemeente moet daarom aansluitvoorwaarden eisen of stellen aan de leverende of afnemende partij. Kortom, we willen weten hoe een passend niveau van beveiliging is ingericht en hoe toereikendheid kan worden aangetoond.

Zie antwoord op vraag 16 voor andere opties van passende informatiebeveiliging gelijkwaardig aan de ISO 27001.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

50

**Onderwerp:**

Betreft Aanbestedingsleidraad, paragraaf 3.4

**Vraag:**

Indien de geschiktheidseis met betrekking tot ISO 27001 wordt gehandhaafd, kan de aanbestedende dienst bevestigen dat ook andere vormen van aantoonbare borging van informatiebeveiliging als gelijkwaardig worden geaccepteerd?

Kan hierbij bijvoorbeeld worden gedacht aan aantoonbare interne informatiebeveiligingsmaatregelen en AVG-compliance, in combinatie met het sluiten van de bij deze aanbesteding opgenomen verwerkersovereenkomst, eventueel aangevuld met certificering op platform- of technologie-niveau (bijvoorbeeld bij een dashboard- of mediaplatformleverancier)?

**Antwoord:**

Zie antwoord op vraag 16 voor andere opties van passende informatiebeveiliging gelijkwaardig aan de ISO 27001.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

51

**Onderwerp:**

Betreft Aanbestedingsleidraad, paragraaf 3.4

**Vraag:**

Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat de geschiktheidseis van een ISO 27001-certificaat (of gelijkwaardig) – indien van toepassing – ook mag worden aangetoond via een derde partij waarop de inschrijver een beroep doet (bijvoorbeeld een technologie- of platformleverancier die betrokken is bij de dataverwerking of het dashboard), conform de mogelijkheden tot het inzetten van derden binnen de aanbesteding?

**Antwoord:**

Zie antwoord op vraag 16 voor andere opties van passende informatiebeveiliging gelijkwaardig aan de ISO 27001.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

23 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**

52

**Onderwerp:**

Interpretatie publieke organisatie

**Vraag:**

Voor kerncompetentie A en B wordt gevraagd om een referentieopdracht bij een vergelijkbare publieke organisatie (zoals bijvoorbeeld provincie, Rijksoverheid, waterschap of gemeente). Wij begrijpen dat de aanbestedende dienst hiermee ervaring wil borgen met organisaties die opereren in een maatschappelijke en publieke context. In de praktijk zijn er echter organisaties die formeel geen overheid zijn, maar wel een duidelijke publieke of maatschappelijke taak vervullen en opereren in een vergelijkbare arbeidsmarktcontext. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat

referentieopdrachten uitgevoerd voor organisaties met een publieke of maatschappelijke taak, zoals bijvoorbeeld woningcorporaties, publieke omroepen of staatsdeelnemingen, ook als vergelijkbare organisatie worden beschouwd?

**Antwoord:**

Onder een vergelijkbare publieke organisatie wordt in de eerste plaats verstaan: een gemeente, provincie, waterschap, gemeenschappelijke regeling of een organisatie binnen het Rijk.

De aanbestedende dienst erkent echter dat de inhoudelijke vergelijkbaarheid van de opdracht leidend is. Referentieopdrachten uitgevoerd voor organisaties buiten deze categorieën kunnen ook als vergelijkbaar worden beschouwd, mits de inschrijver in het referentieformat aantoonbaar maakt dat:

- De opdracht betrekking had op recruitment marketing voor specialistische en/of moeilijk vervulbare functies die qua doelgroep en arbeidsmarktdynamiek vergelijkbaar zijn met functies binnen een gemeente (zoals civiele techniek, vergunningverlening, inkoop, juridisch of informatiebeheer);
- De inschrijver beschikt over relevante data en campagne-ervaring voor deze specifieke doelgroepen;
- De omvang en complexiteit van de opdracht vergelijkbaar is met de onderhavige aanbesteding.

De aanbestedende dienst beoordeelt op basis van de aangeleverde omschrijving of aan dit criterium is voldaan. Bij twijfel kan verificatie worden gevraagd.

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding

**Ref.nr.**  
53

**Onderwerp:**

Proportionaliteit referentie-eis

**Vraag:**

Voor kerncompetentie A en B wordt gevraagd om referentieopdrachten uitgevoerd voor een vergelijkbare publieke organisatie. Wij begrijpen het belang dat de aanbestedende dienst hecht aan ervaring met organisaties binnen het publieke domein. Tegelijkertijd merken wij op dat de complexiteit van recruitment marketing en employer branding trajecten niet uitsluitend wordt bepaald door het type organisatie (publiek of privaat), maar ook door factoren zoals doelgroepcomplexiteit, arbeidsmarktkrapte, governance-structuren en maatschappelijke positionering. Zou de aanbestedende dienst kunnen toelichten of referentieopdrachten uitgevoerd voor grote organisaties met een vergelijkbare maatschappelijke context of complexe arbeidsmarkt, ook als passend kunnen worden beschouwd, mits de aard en omvang van de dienstverlening aantoonbaar vergelijkbaar is met de gevraagde opdracht?

**Antwoord:**

Zie antwoord op vraag 52

**Fase:**

Inschrijffase

**Inschrijfronde:**

Inschrijfronde 1

**Vragenronde:**

Vragenronde 1

**Beantwoord op:**

26 mrt 2026

**Percelen:**

P1 Recruitment marketing, job marketing en employer branding