

Verslag marktconsultatie 'Vormgeving & drukwerk'



Uitgegeven door	Gemeente Hardenberg
Contact	Via aanbestedingsplatform
Datum	25 maart 2026

1. Voorwoord

Voor u ligt het verslag van de marktconsultatie 'Vormgeving & drukwerk'. Als onderdeel van de voorbereiding op een Europese aanbesteding 'Vormgeving & drukwerk' heeft de gemeente Hardenberg voorafgaand een marktconsultatie georganiseerd. De consultatie heeft plaats gevonden door middel van een vragenlijst. In dit verslag vindt u onder andere de uitwerking van de verschillende onderdelen en de gegeven antwoorden op de vragen vanuit de gemeente. De belangrijkste opmerkingen, vragen en antwoorden zijn in dit verslag uitgewerkt.

De gemeente is voornemens de verkregen informatie van de marktpartijen te gebruiken bij het opstellen van de aanbestedingsdocumenten.

2. Vragenlijst

Onderstaande vragen zijn opgesteld door de gemeente. Tot en met 18 maart 2026 hebben partijen de mogelijkheid gehad antwoord te geven.

1. Algemeen & looptijd

- Vraag: Is deze opdracht interessant voor uw onderneming en waarom?

Samenvatting antwoorden

De opdracht wordt door de markt als duidelijk interessant en passend ervaren bij de dienstverlening van zowel vormgevingsbureaus als drukwerkpartijen. Ondernemingen geven aan dat de aard en breedte van de werkzaamheden goed aansluiten bij hun expertise, ervaring en manier van samenwerken met (semi-)overheden, en specifiek gemeenten.

Vormgeving

Voor vormgevingspartijen sluit de opdracht sterk aan bij hun kernactiviteiten: strategie, conceptontwikkeling, branding, campagnes, content en grafische uitwerking. Zij herkennen zich in de rolverdeling waarbij de gemeente de inhoudelijke kaders bepaalt en de externe partner deze vertaalt naar effectieve en visueel sterke communicatiemiddelen.

Partijen benadrukken hun vermogen om:

- Creatief ontwerp te combineren met efficiënte DTP en doorvertaling naar middelen.
- Te werken binnen bestaande huisstijlen en deze consistent door te ontwikkelen.
- Snel te schakelen binnen bestuurlijke en communicatieve omgevingen waar kwaliteit en afstemming essentieel zijn.
- Op te treden als verlengstuk van communicatieafdelingen, met proactief meedenken en procesoptimalisatie.

Daarnaast wordt ervaring met gemeentelijke communicatie, inclusief kennis van besluitvormingsprocessen, doelgroepgericht communiceren en toegankelijkheid (zoals WCAG), als belangrijke meerwaarde gezien. Meerdere partijen geven aan al (langdurig) samen te werken met de gemeente, waardoor zij beschikken over kennis van de huisstijl, bestaande middelen en werkwijze. Dit maakt efficiënte uitvoering en korte doorlooptijden mogelijk.

Ook de opzet met meerdere raamovereenkomsten wordt positief ontvangen, omdat dit ruimte biedt om per opdracht de best passende partij te selecteren op basis van expertise, stijl en capaciteit.

Drukwerk

Drukwerkpartijen geven aan dat de opdracht goed aansluit bij hun productiecapaciteit, logistieke organisatie en procesmatige aanpak. Zij bieden vaak een geïntegreerde dienstverlening waarin productie, coördinatie en levering centraal staan.

Belangrijke genoemde kwaliteiten zijn:

- Volledige ontzorging van aanvraag tot levering.
- Flexibele productie (zowel kleine als grote oplages), deels in eigen beheer en deels via vaste partners.
- Efficiënte afstemming met leveranciers, inclusief materiaalkeuze, techniek en planning.
- Logistieke kracht en landelijke dekking.

Sommige partijen combineren drukwerk met een eigen ontwerpstudio, waardoor zij zowel vormgeving als productie kunnen verzorgen. Anderen werken nauw samen met vormgevingspartners of intermediairs om per opdracht de beste producent te selecteren.

Overige relevante aspecten

Naast de inhoudelijke aansluiting op de opdracht noemen partijen ook een aantal praktische en onderscheidende punten die voor de uitvoering van belang zijn:

- Bestaande samenwerking met de gemeente, waardoor processen, huisstijl en verwachtingen al goed bekend zijn.
- Regionale aanwezigheid en kennis van de lokale context, wat de samenwerking en afstemming kan vergemakkelijken.
- Efficiëntie in uitvoering, bijvoorbeeld door het hergebruiken en actualiseren van bestaande communicatiemiddelen.
- Toegevoegde maatschappelijke waarde, zoals het leveren van social return (SROI) door inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

- Vraag: Welke looptijd is marktconform voor een raamovereenkomst met meerdere opdrachtnemers en waarom?

Samenvatting antwoorden

De aanbevelingen voor de passende looptijd van de raamovereenkomsten vanuit de markt zijn:

- Een initiële looptijd van 2 jaar met verlengingsopties.
- Een initiële looptijd van 2 jaar met 2 verlengingsopties van 1 jaar (maximaal 4 jaar).
- Een initiële looptijd van 3 jaar met 1 verlengingsoptie van 1 jaar.
- Een initiële looptijd van 4 jaar, al dan niet met verlengingsopties (bijvoorbeeld 2 x 1 jaar).
- In één geval wordt een langere minimale looptijd van circa 6 jaar genoemd.

Continuïteit en samenwerking

Een belangrijke overweging is dat een looptijd van meerdere jaren nodig is om een goede samenwerking op te bouwen. Partijen geven aan dat tijd nodig is om:

- Elkaar goed te leren kennen.
- Werkprocessen op elkaar af te stemmen en te optimaliseren.
- Kennis op te bouwen van de organisatie, doelgroepen en communicatiestijl.
- Consistentie te waarborgen in huisstijl en uitvoering.

Een looptijd van minimaal 2 jaar wordt gezien als ondergrens om deze samenwerking effectief te laten ontstaan. Tegelijkertijd wordt aangegeven dat een langere periode (tot circa 4 jaar) meer ruimte biedt om deze samenwerking verder te verdiepen en structureel kwaliteit en efficiëntie te verbeteren.

Balans tussen continuïteit en flexibiliteit

Veel respondenten benoemen dat een maximale looptijd van circa 4 jaar een goede balans biedt tussen:

- Continuïteit, stabiliteit en het kunnen investeren in de samenwerking.
- Flexibiliteit om in te spelen op marktontwikkelingen, technologische veranderingen en gewijzigde behoeften.

Verlengingsopties worden hierbij als belangrijk gezien, omdat deze:

- Ruimte bieden om de samenwerking periodiek te evalueren.
- De mogelijkheid geven om bij te sturen of de overeenkomst te beëindigen als deze niet goed functioneert.
- Voorkomen dat de overeenkomst onnodig lang vastligt zonder toetsmoment.

Een initiële looptijd van bijvoorbeeld 2 jaar met verlengingen wordt daarbij als evenwichtig gezien: voldoende tijd om samenwerking op te bouwen, met behoud van flexibiliteit.

Efficiëntie en kwaliteitsopbouw

Een meerjarige looptijd draagt volgens partijen bij aan:

- Efficiëntere uitvoering doordat processen, workflows en werkafspraken zich kunnen ontwikkelen.
- Minder herstartkosten en kennisverlies, met name bij kortere contracten.
- Het kunnen inrichten van standaardproducten, bestelprocessen en drukwerkspecificaties.
- Betere afstemming tussen communicatie, vormgeving en productie.

Daarnaast wordt benoemd dat bij een looptijd van circa 3 tot 4 jaar opmaakbestanden, documentatie en productiemiddelen binnen één partij geborgd blijven, wat consistentie en efficiëntie ten goede komt. Ook ontstaat de mogelijkheid om bijvoorbeeld voorraden aan te houden voor standaard drukwerk.

Praktische en organisatorische overwegingen

Een initiële looptijd van 2 jaar wordt ook praktisch onderbouwd:

- Deze periode is overzichtelijk indien de samenwerking in de praktijk niet goed blijkt te werken.
- Bij een positieve samenwerking kan via verlengingen alsnog een totale looptijd van circa 4 jaar worden bereikt, zonder dat snel een nieuw aanbestedingstraject nodig is.

Daartegenover staat dat een te korte looptijd (korter dan circa 4 jaar totaal) volgens sommige partijen onvoldoende ruimte biedt om samenwerking en kwaliteit goed op te bouwen en te evalueren.

Een langere looptijd (bijvoorbeeld circa 6 jaar) wordt gemotiveerd vanuit het feit dat de opstartfase tijd kost, maar dat daarna juist langdurige samenwerking leidt tot hogere efficiëntie en kwaliteit.

Investerings- en maatschappelijke waarde

Een meerjarige overeenkomst biedt opdrachtnemers de mogelijkheid om te investeren in:

- Werkprocessen en samenwerking.
- Digitale bestelomgevingen en logistieke oplossingen.
- Specifieke kennis van de huisstijl en werkwijze van de opdrachtgever.

Daarnaast wordt benoemd dat een langere looptijd bijdraagt aan het realiseren van maatschappelijke doelstellingen, zoals Social Return (SROI). Door continuïteit in opdrachten

kunnen duurzame werk- en ontwikkelplekken worden gecreëerd voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Tot slot wordt aangegeven dat een looptijd van bijvoorbeeld 3 jaar met een verlengingsoptie van 1 jaar zekerheid biedt voor zowel opdrachtgever als opdrachtnemers, terwijl er tegelijkertijd voldoende momenten blijven om de samenwerking te evalueren en waar nodig bij te sturen.

2. Aanbesteding

- Vraag: Welke procedure is volgens u het best passend voor deze aanbesteding (openbaar of niet-openbaar)?

Samenvatting antwoorden

De markt geeft aan dat zowel een niet-openbare als openbare procedure als passend worden beschouwd, waarbij de meeste partijen een voorkeur uitspreken voor een niet-openbare procedure, aangevuld met enkele specifieke nuanceringen en alternatieve suggesties.

Niet-openbare procedure

Het merendeel van de partijen geeft aan dat een niet-openbare procedure het meest passend is voor deze aanbesteding. Deze voorkeur wordt onderbouwd doordat de opdracht niet alleen uitvoeringskracht vraagt, maar ook inhoudelijke kwaliteit, bestuurlijke sensitiviteit, flexibiliteit, snelheid en goede samenwerking met het communicatieteam en eventuele drukwerkpartners.

Een niet-openbare procedure maakt het mogelijk om in een eerste fase (selectiefase) te toetsen op:

- Relevante ervaring met vergelijkbare opdrachten.
- Kwaliteit van het portfolio.
- Organisatorische geschiktheid en capaciteit.

Op basis hiervan kan een gebalanceerde selectie van geschikte partijen worden gemaakt, waarna in de vervolgfase verdiepend kan worden beoordeeld op kwaliteit, aanpak en prijs.

Volgens de respondenten heeft dit meerdere voordelen:

- Hogere kwaliteit van inschrijvingen doordat alleen geschikte partijen deelnemen.
- Minder administratieve lasten voor zowel opdrachtgever als inschrijvers.
- Een efficiënter en beter beheersbaar beoordelingsproces.
- Minder "ruis" in het aantal inschrijvingen.

Daarnaast wordt aangegeven dat een voorselectie beter aansluit bij de aard van creatieve dienstverlening en ook voor kleinere bureaus en zelfstandigen wenselijk is, omdat dit voorkomt dat zij veel tijd investeren in uitgebreide inschrijvingen met een beperkte kans van slagen.

Ook wordt benoemd dat een niet-openbare procedure ruimte biedt om naast vakinhoudelijke geschiktheid ook te selecteren op aansluiting bij bredere beleidsdoelstellingen, zoals duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord inkopen en Social Return (SROI). In dit kader wordt specifiek verwezen naar de mogelijkheid om te kiezen voor (of te beperken tot) gecertificeerde sociale ondernemingen (bijvoorbeeld PSO30+). Dit kan bijdragen aan zowel kwalitatief sterke inschrijvingen als maatschappelijke impact.

Openbare procedure

Een aantal partijen geeft aan dat een openbare procedure eveneens passend kan zijn. Deze procedure wordt gezien als transparant en toegankelijk, omdat alle geïnteresseerde partijen de mogelijkheid krijgen om in te schrijven, ongeacht omvang, profiel of vestigingsplaats.

Vooraf voor het perceel drukwerk wordt een openbare procedure als logisch en werkbaar beschouwd, omdat:

- Het aantal geschikte en serieuze productiepartijen in deze markt relatief beperkt is.
- Het aantal inschrijvingen daardoor naar verwachting overzichtelijk blijft.

Daarnaast wordt aangegeven dat met duidelijke geschiktheidseisen en gunningscriteria binnen een openbare procedure alsnog goed gestuurd kan worden op ervaring, kwaliteit en procesbeheersing.

Tegelijkertijd wordt benoemd dat een openbare procedure kan leiden tot een groter aantal inschrijvingen, wat vraagt om een zwaardere beoordelingsinspanning en mogelijk inzet van aanvullende aanbestedingsexpertise.

Combinatie of differentiatie

Sommige partijen maken expliciet onderscheid tussen de percelen:

- Voor perceel vormgeving wordt vaker een niet-openbare procedure passend geacht, gezien de grotere en meer diverse markt.
- Voor perceel drukwerk wordt vaker een openbare procedure als passend gezien vanwege de beperktere markt.

Alternatieve suggesties en kanttekeningen

Naast de formele procedures worden ook enkele aanvullende overwegingen en alternatieven genoemd:

- Een (meervoudig) onderhandse aanbesteding wordt als sneller en minder formeel gezien, met als voordeel dat bestaande leveranciers eventueel behouden kunnen blijven.
- Er wordt genoemd dat het, indien mogelijk, de voorkeur kan hebben om opdrachten (deels) lokaal of binnen de gemeente te houden, bijvoorbeeld door selectie van drukkerijen uit de directe omgeving of organisaties die onderdeel uitmaken van de gemeente.
- Er wordt toegelicht dat een niet-openbare procedure meer voorbereiding vraagt van de opdrachtgever (zoals het opstellen van een longlist en selectie van partijen), terwijl een openbare procedure minder voorselectie kent maar juist meer beoordelingsinspanning achteraf vraagt.

- Vraag: We willen met meerdere opdrachtnemers een raamovereenkomst sluiten voor Vormgeving. Met hoeveel opdrachtnemers adviseert u en hoe ziet u het voor zich hoe de opdrachten worden verdeeld?

Samenvatting antwoorden

De markt laat zien dat er verschillende opvattingen bestaan over het aantal opdrachtnemers voor perceel Vormgeving, variërend van één opdrachtnemer tot een compacte groep van meerdere partijen.

Aantal opdrachtnemers

Een groot deel van de partijen adviseert om te werken met een beperkt aantal opdrachtnemers, waarbij de volgende varianten worden genoemd:

- Maximaal 3 opdrachtnemers.
- 2 tot 3 opdrachtnemers.
- Maximaal 2 opdrachtnemers.
- 3 tot 4 opdrachtnemers.
- Een "handvol" ontwerpers en ontwerp bureaus.
- Eén opdrachtnemer.

De argumentatie hiervoor richt zich op een balans tussen keuzevrijheid, samenwerking en beheersbaarheid.

Bij een beperkt aantal opdrachtnemers wordt genoemd dat dit:

- Versnippering van opdrachten voorkomt.
- Bijdraagt aan consistente huisstijlbewaking en uniforme uitstraling.
- Het mogelijk maakt om kennis van de organisatie, doelgroepen en werkwijze op te bouwen.
- De samenwerking efficiënter maakt, met kortere lijnen en minder afstemming.
- De coördinatielast voor het team Communicatie beperkt.
- Ervoor zorgt dat opdrachtnemers voldoende werk krijgen om investering en betrokkenheid te rechtvaardigen.

Daarbij wordt expliciet aangegeven dat bij een te groot aantal partijen:

- De samenwerking versnipperd raakt.
- Verschillen in stijl, werkwijze en kwaliteit kunnen ontstaan.
- Huisstijlconsistentie onder druk komt te staan.

Aan de andere kant wordt benoemd dat meerdere opdrachtnemers:

- Keuzevrijheid en flexibiliteit bieden.
- Concurrentie tussen partijen mogelijk maken.
- De kans vergroten dat per opdracht de best passende partij kan worden ingezet.

Een ander standpunt is dat gekozen zou moeten worden voor één opdrachtnemer. Hierbij wordt aangegeven dat:

- Vormgeving veel afstemming vraagt (briefing, correctierondes, planning, huisstijl, toegankelijkheid).
- Meerdere bureaus leiden tot extra coördinatielast, versnippering en onduidelijkheid in verantwoordelijkheden.
- Eén vaste partner zorgt voor korte lijnen, consistentie en duidelijk eigenaarschap.
- Specialistische expertise eventueel via een hoofdaannemer kan worden georganiseerd.

Inrichting en type opdrachtnemers

Naast het aantal opdrachtnemers worden ook verschillende manieren genoemd om rollen te verdelen:

- Twee creatieve bureaus (concept en ontwerp) aangevuld met één DTP-georiënteerde partij voor snelle en uitvoerende werkzaamheden.
- Een combinatie van een creatief bureau (concept & ontwerp) en een DTP-studio voor dagelijkse ondersteuning.
- Indeling in categorieën zoals concept, ontwerp en DTP, waarbij concept en ontwerp in de praktijk vaak gecombineerd worden.
- Werken met gelijkwaardige bureaus, waarbij per opdracht wordt bepaald wie deze uitvoert.
- Werken met één coördinerende partij die verantwoordelijk is voor vormgeving en eventueel ook de aansturing van drukwerk verzorgt.

Daarnaast wordt benoemd dat het beperken van het aantal partijen voor standaard en terugkerende middelen (zoals flyers en kaarten) helpt om dubbel werk en inconsistenties te voorkomen, terwijl voor nieuwe ontwerpopgaven meer variatie mogelijk is.

Verdeling van opdrachten

Voor de verdeling van opdrachten worden verschillende, deels overlappende methoden voorgesteld. Deze zijn vaak gebaseerd op:

- Aard van de opdracht.
- Benodigde expertise of specialisme.
- Complexiteit en gevoeligheid.
- Omvang van de opdracht.
- Gewenste snelheid.
- Beschikbare capaciteit.
- Planning.

De volgende concrete vormen worden genoemd:

- Directe toewijzing bij kleinere, terugkerende of uitvoerende opdrachten (zoals DTP, actualisaties en doorvertalingen).
- Minicompetities (selectieve uitvragen) bij grotere, complexere of meer strategische opdrachten (zoals campagnes of omvangrijke communicatievraagstukken).
- Verdeling op basis van specialisme of rol (bijvoorbeeld concept/ontwerp versus DTP).
- Een roulatiesysteem waarbij opdrachten beurtelings worden verdeeld.
- Een vaste verdeelsleutel.
- Toewijzing op basis van een vooraf opgestelde en uitgewerkte lijst of categorisering van opdrachten.
- Specifieke grensbedragen (bijvoorbeeld minicompetitie vanaf circa €15.000).

Daarnaast wordt benadrukt dat:

- Het wenselijk is om een opdracht integraal bij één partij te beleggen en niet te splitsen over meerdere bureaus, in verband met efficiëntie, doorlooptijd en consistentie.
- De verdelingsmethodiek vooraf duidelijk en transparant moet worden vastgelegd.

Samenwerking en lokale context

In de antwoorden wordt ook aandacht besteed aan de bredere invulling van samenwerking:

- Een compacte groep opdrachtnemers maakt de samenwerking overzichtelijk en hanteerbaar.
- Partijen kunnen zich ontwikkelen tot vaste partners en raken beter ingespeeld op de organisatie.
- Het benutten van lokale of regionaal gevestigde bureaus kan bijdragen aan betrokkenheid en verbinding met de omgeving.
- De gemeente kan een stimulerende rol spelen in de lokale creatieve sector.

Daarnaast wordt benoemd dat:

- Opdrachten van de gemeente aantrekkelijk zijn vanwege maatschappelijke relevantie, zichtbaarheid en inhoudelijke diversiteit.
- Samenwerking met lokale bureaus kan bijdragen aan talentontwikkeling, bijvoorbeeld via stages en begeleiding van jong creatief talent.
- Zowel bureaus als zelfstandige ontwerpers hierin een rol kunnen spelen.

- Vraag: We willen met meerdere opdrachtnemers een raamovereenkomst sluiten voor Drukwerk. Met hoeveel opdrachtnemers adviseert u en hoe ziet u het voor zich hoe de opdrachten worden verdeeld?

Samenvatting antwoorden

De aanbevelingen voor meerdere opdrachtnemers vanuit de markt zijn:

- 3-5 opdrachtnemers;
- 2-3 opdrachtnemers;
- één centrale drukwerkintermediair;
- één opdrachtnemer (eventueel met een tweede als calamiteiten- of uitwijkpartner);
- maximaal 2 opdrachtnemers.

3-5 opdrachtnemers

De argumentatie voor 3-5 opdrachtnemers is:

- Biedt voldoende spreiding in specialismen, leverbetrouwbaarheid, duurzaamheid en prijsvorming. Drukwerk loopt uiteen van standaardproducties tot meer specialistisch werk in oplage, afwerking, materiaal of formaat.

Voor de verdeling van opdrachten bij 3-5 opdrachtnemers is:

- Werken met standaardtoewijzing voor veelvoorkomende producties op basis van vaste prijsafspraken en leverprestaties, of gerichte uitvragen bij specialistisch, omvangrijk of spoedeisend drukwerk.

2-3 opdrachtnemers

De argumentatie voor 2-3 opdrachtnemers is:

- Biedt een goede balans tussen voldoende concurrentie op prijs en levertijd en beheersbaarheid in samenwerking en kwaliteit.
- Een te groot aantal drukwerkleveranciers kan leiden tot versnippering in werkwijze, communicatie en kwaliteitsbeleving. Door het aantal partijen te beperken, wordt het eenvoudiger om duidelijke afspraken te maken, processen te stroomlijnen en een consistente output te waarborgen.
- Een beperkter aantal leveranciers bevordert efficiënte afstemming met vormgevingspartijen, kortere communicatielijnen en meer grip op planning en levering.
- De drukwerkmkt kent verschillende specialismen (bijvoorbeeld kleine oplages, spoedopdrachten, grootformaat, duurzaam drukwerk of specifieke afwerkingen). Door met meerdere opdrachtnemers te werken kan de opdrachtgever optimaal gebruikmaken van deze verschillende specialisaties en blijft er voldoende flexibiliteit binnen de overeenkomst.

Voor de verdeling van opdrachten bij 2-3 opdrachtnemers is:

- Opdrachten te verdelen op basis van prijs, levertijd en beschikbaarheid/capaciteit. Daarbij is het van belang dat er ruimte blijft voor samenwerking tussen vormgevings- en drukwerkpartijen, zodat een soepele overdracht van ontwerp naar productie geborgd is. Een duidelijke en transparante verdelingssystematiek vooraf draagt bij aan een efficiënte en werkbare samenwerking.
- De verdeling van opdrachten kan bijvoorbeeld plaatsvinden via:
 - minicompetities voor grotere drukwerkopdrachten of projecten;
 - directe plaatsing voor standaardopdrachten of kleinere volumes, bijvoorbeeld op basis van prijsafspraken uit de raamovereenkomst of via een roulatiesysteem.
- Daarnaast kan de opdrachtgever bij opdrachten ook rekening houden met beleidsdoelstellingen op het gebied van maatschappelijk verantwoord inkopen, bijvoorbeeld door ruimte te bieden aan sociale ondernemingen die bijdragen aan SROI-doelstellingen.

Eén centrale drukwerkintermediar

De argumentatie voor één drukwerkintermediar is:

- Deze partij kent de grafische industrie en selecteert per opdracht de juiste drukpers en producent (nationaal of internationaal), waardoor kwaliteit en kostenefficiëntie worden geborgd.
- Het ontzorgt volledig en zorgt voor een consistent hoog kwaliteitsniveau. Daarnaast stuurt de opdrachtnemer op planning, productie, logistiek en voorraadbeheer, waardoor er één aanspreekpunt is en het proces overzichtelijk blijft. Op deze wijze wordt geproduceerd via meerdere gespecialiseerde leveranciers.

Eén opdrachtnemer:

De argumentatie voor één opdrachtnemer is:

- Een enkele partij geeft aan dat ze niet deelnemen aan minicompetities en alleen wordt ingeschreven aan de aanbesteding wanneer er één leverancier wordt gecontracteerd die de opdracht integraal uitvoert. Vanuit hen ervaring is dat ook voor de gemeente de meest werkbare oplossing.
- Eén drukwerkpartner zorgt voor duidelijke afspraken, korte lijnen en voorspelbare kwaliteit. Eventueel kan een tweede partij als calamiteiten- of uitwijkpartner worden opgenomen, maar voor de reguliere uitvoering adviseren wij één leverancier.

Maximaal 2 opdrachtnemers:

De argumentatie voor maximaal 2 opdrachtnemers is:

- Een marktpartij geeft aan dat bij soortgelijke opdrachtgevers dat de kennis van de huisstijl optimaal wordt benut. De verdeling kan plaatsvinden op basis van specialiteit of een vaste verdeelsleutel.
- Ook bij drukwerk is nauwkeurigheid van groot belang. Met name op het gebied van kleurstelling en de afstemming tussen verschillende drukpersen en machines is consistentie essentieel. Om deze kwaliteit te kunnen waarborgen, heeft het de voorkeur om het drukwerk onder te brengen bij één tot maximaal twee drukkerijen. Deze partijen dienen zorg te dragen voor een optimale onderlinge afstemming, met name ten aanzien van kleurconsistentie en eventuele technische toleranties, zodat de kwaliteit van het drukwerk gewaarborgd blijft.

Verdeling bij één intermediair of één tot twee opdrachtnemers:

Voor de verdeling van opdrachten bij één intermediair of één tot twee opdrachtnemers is:

- Qua drukwerk kan er onderscheid worden gemaakt tussen de grotere drukwerkopdrachten die tijd nemen en wat meer geld kosten en de huis-tuin-en-keuken opdrachten die morgen gedrukt moeten zijn. Een lokale drukker kan in het geval van het laatste een uitkomst zijn; al was het alleen al om het drukwerk direct en ter plaatse af te halen in geval van nood.

Meerdere partijen (inclusief vormgevers):

Argumentatie voor meerdere partijen (binnen de bovengenoemde bandbreedte van 2-3 of 3-5 opdrachtnemers) is:

- Voor drukwerk is het verstandig om met meerdere partijen te werken. Daarbij kan niet alleen worden gedacht aan drukkerijen, maar ook aan vormgevers die het drukwerk dat bij een ontwerporder hoort bij een derde partij laten produceren. De kwaliteit daarvan is goed, de levertijden zijn kort en de prijzen marktconform. Zo wordt de gemeente ontzorgd en ontstaat er minder afhankelijkheid van één vaste leverancier.

Overig:

De markt geeft als aandachtspunt aan dat er kleurverschillen kunnen zijn bij meerdere opdrachtnemers. Hoe meer opdrachtnemers er zijn, des te meer mogelijkheden van kleurverschillen in drukwerk er kunnen zijn. Drukwerk is in CMYK, als een drukker geen goede voorbeelden heeft kan er als gauw verschil zijn qua kleur bij verschillende opdrachten/papiersoorten etc.

Daarnaast geeft een enkele marktpartij aan dat de drukkerijwereld in de afgelopen jaren sterk is veranderd. Als gevolg van de opkomst van online drukkerijen is het produceren van drukwerk op lokale schaal steeds minder rendabel geworden. Offsetdrukkerijen waar daadwerkelijk nog gedrukt wordt zijn binnen de gemeentegrenzen vrijwel verdwenen. Bij kleinere oplages kunnen printshops nog wel een passende rol spelen. Drukkerijen die er nog wel zijn, zijn gespecialiseerd en hebben een landelijke of zelfs internationale klantenkring. Het zijn bedrijven waar we als regio nog steeds trots op kunnen zijn. Bij de grote online drukwerkproducenten is drukwerk sterk gestandaardiseerd. Onder meer in formaten, drukk kleuren, papiersoorten en afwerkingsmogelijkheden. Wat voor drukwerk van de gemeente geen bezwaar hoeft te zijn. Een meer functionele uitstraling past goed bij de communicatie van een gemeente. Het kan zijn dat een drukkerij meer de rol aan heeft genomen van drukwerkmakelaar. Waarbij opdrachten of in huis gedrukt worden of online afgestemd. Ontwerpers en ontwerpbureaus hebben hun weg naar de online drukwerkleveranciers inmiddels helemaal gevonden. Het is een vanzelfsprekend verlengstuk van hun diensten en verdienmodel geworden. Zij weten ook de gespecialiseerde online partijen te vinden die juist minder gangbaar drukwerk kunnen produceren.

- Vraag: Wat is volgens u de beste aanpak ten aanzien van de wijze van aanbesteden (type gunningscriteria per perceel et cetera)?

Samenvatting antwoorden

De markt benoemt dat de aanbesteding niet primair moet gaan over laagste prijs, maar over de beste prijs-kwaliteitverhouding (EMVI: Economisch Meest Voordelige Inschrijving).

Onder andere wordt het volgende aangegeven:

- Aanbesteding te baseren op de beste prijskwaliteitverhouding en niet primair op de laagste prijs.
- Een EMVI-model met een duidelijke nadruk op kwaliteit in relatie tot prijs.
- Voor dit type opdracht is het van belang dat niet alleen de kosten, maar juist ook de kwaliteit van de samenwerking en uitvoering bepalend zijn voor het uiteindelijke resultaat.
- Vormgeving en communicatie-uitingen hebben direct invloed op de uitstraling van de gemeente en de effectiviteit van de boodschap richting inwoners en ondernemers.
- Prijs niet dominant te laten zijn in de weging, maar deze in verhouding te beoordelen ten opzichte van kwaliteit en ontzorging.
- Een te sterke focus op prijs kan ten koste gaan van consistentie, snelheid en de kwaliteit van de communicatie-uitingen.
- Gunnen op basis van Beste Prijs-Kwaliteitverhouding (BPKV). Bij zowel vormgeving als drukwerk speelt kwaliteit een belangrijke rol naast prijs. Denk hierbij aan aspecten zoals creativiteit, betrouwbaarheid, leverzekerheid, flexibiliteit, duurzaamheid en service.

Gewenste nadruk per perceel

Voor perceel Vormgeving is kwaliteit in de ogen van de markt doorslaggevend. Het verschil tussen partijen zit niet alleen in vormgeving zelf, maar vooral in interpretatie, advieskracht, snelheid, zorgvuldigheid, toegankelijkheid en het vermogen om complexe informatie helder te vertalen naar bruikbare communicatiemiddelen, passend bij de doelgroep.

Voor perceel Drukwerk ligt het accent sterker op: prijs en prijsstructuur, leverbetrouwbaarheid, kwaliteitsborging, duurzaamheid, assortiment en technische mogelijkheden, service en klachtenafhandeling.

Vormgeving en drukwerk zijn duidelijk twee verschillende zaken. Bij vormgeving maken creativiteit en een goede aansluiting bij de opdracht echt het verschil. Daarom lijkt het logisch om daar kwaliteit zwaarder te laten meewegen dan prijs. Bij drukwerk speelt prijs uiteraard een belangrijke rol, maar ook leverbetrouwbaarheid, technische kwaliteit en duurzaamheid zijn van belang. En de juiste balans daarin vinden lijkt waardevoller dan alleen een scherpe prijs.

Voorstel concrete gunningscriteria (structuur en inhoud)

De markt geeft aan om de beoordeling te baseren op de volgende onderdelen:

- Kwaliteit en aanpak: inzicht in werkwijze, mate van ontzorging en het vermogen om opdrachten efficiënt en gestructureerd uit te voeren.
- Creativiteit en portfolio: aantoonbare ervaring en kwaliteit van eerder werk, met aandacht voor stijlconsistentie en doelgroepgerichte communicatie.
- Samenwerking en procesinrichting: de manier waarop wordt samengewerkt met het team Communicatie en eventuele drukwerkpartners, inclusief flexibiliteit, bereikbaarheid en snelheid van schakelen.
- Prijs: transparante en marktconforme tarieven.

Passende gunningscriteria voor perceel Vormgeving zijn bijvoorbeeld: kwaliteit van relevante referenties, visie op samenwerking met team Communicatie, aanpak bij verschillende typen opdrachten, borging van planning, bereikbaarheid en continuïteit, ervaring met toegankelijke digitale documenten, kwaliteit van team en inzetbare expertise, en prijs.

Voor perceel 2 zijn drukkwaliteit, leverbetrouwbaarheid, duurzaamheid en logistieke organisatie belangrijker.

De markt adviseert om voor de vormgeving de nadruk te leggen op kwaliteit van het proces, creatief vermogen, DTP-capaciteit en het bewaken van de huisstijl. Laat de partijen niet alleen algemene plannen beschrijven, maar vraag naar een concrete werkwijze. Bijvoorbeeld: hoe verloopt een opdracht van briefing tot oplevering, hoe worden correctierondes verwerkt, hoe gaan partijen om met spoedopdrachten en hoe wordt een klacht opgelost. Ook wordt er aangegeven dat er vier criteria die van belang zijn in een samenwerking: creativiteit, samenwerking/werkwijze, prijs/financiën en last but not least, mensen. Voor het laatste kan er een kennismaking worden georganiseerd in het aanbestedingstraject, zodat opdrachtgever en opdrachtnemer ook fysiek kennismaken met elkaar. Het vak is en blijft immers mensenwerk.

Een mogelijke verdeling van de gunningscriteria voor het perceel Vormgeving kan zijn:

- kwaliteit van aanpak en samenwerking;
- creativiteit en portfolio;
- ervaring met vergelijkbare organisaties;
- prijs / uurtarieven.

Een mogelijke verdeling van de gunningscriteria voor het perceel Drukwerk kan zijn:

- kwaliteit van drukwerk;
- leverbetrouwbaarheid en logistiek;
- duurzaamheid, sociaal en maatschappelijk verantwoord ondernemen;

- prijs.

Suggesties voor weging en procesafsluiters

De markt adviseert qua weging 70% op kwaliteit en 30% op prijs. In deze markt bepaalt de kwaliteit van het proces uiteindelijk het succes van de samenwerking. Stuur onder andere op kwaliteit en ketensamenwerking en niet alleen op prijs. Beoordeel partijen op hun vermogen om vormgeving en DTP naadloos te vertalen naar productie. Een goede aansluiting tussen ontwerp en uitvoering zorgt voor minder faalkosten, snellere doorlooptijden en efficiënter budgetgebruik.

Tot slot wordt presentatie op locatie als onderdeel van de beoordeling geadviseerd. Dat geeft een veel beter beeld van het team, de inschrijvende organisatie en de werkwijze.

Opmerkingen over creativiteit en menselijke kwaliteit

De markt geeft aan dat gunningscriteria altijd weer een discussiepunt vormen in een aanbesteding. Een aanbestedingstraject is in zichzelf al een zeer intensief en tijdrovend traject voor een bureau, vaak net in een periode dat het al erg druk is. Het gevaar van overvragen ligt dan ook altijd op de loer, zoals bijvoorbeeld een creatieve opdracht.

Er wordt aangegeven dat een bureau door middel van een goede en scherpe bureaupresentatie met verschillende cases in staat moet zijn om te laten zien wat ze in huis heeft qua creativiteit. En dat een opdrachtgever met een professioneel oog moet kunnen beoordelen wat hiervan de (meer)waarde is voor hemzelf, zonder dat het bureau een speciale pitchopdracht voor hem uitvoert.

Aanvullende opmerkingen over continuïteit en locatie

De markt benoemt nog dat opdrachten die al eerder gemaakt zijn en nu gewijzigd moeten worden, deze bij 'dezelfde' opdrachtnemer leggen. Zo blijft de stijl goed en de druk kwaliteit zoals het moet.

Daarnaast wordt er door de markt aangegeven dat er bij de selectie van partijen de voorkeur uitgaat naar bedrijven binnen de eigen gemeente. Dit bevordert een goede onderlinge afstemming door korte communicatielijnen. Daarnaast maakt dit het mogelijk om leveringen snel, efficiënt en binnen een redelijke afstand te laten plaatsvinden.

Een enkele partij geeft aan dat de een onderhandse aanbesteding de voorkeur heeft. Dat proces is sneller en minder formeel. Zo hoeft ook geen afstand te worden gedaan van eventuele vaste leveranciers.

- Vraag: Hoe kunnen de prijzen naar uw mening het beste worden uitgevraagd?
Is dit een uurtarief voor verschillende personen voor het perceel Vormgeving en zijn dit verschillende vormen van drukwerk (flyers, posters et cetera) voor het perceel Drukwerk?

Samenvatting antwoorden

De markt geeft in essentie dezelfde lijn aan:

- Voor perceel Vormgeving past een combinatie van uurtarieven en vaste richt- of productprijzen;
- Voor perceel Drukwerk past een productgerichte prijslijst met veelvoorkomende producten, staffels en duidelijke specificaties.

Vormgeving:

De markt adviseert om voor perceel Vormgeving prijzen uit te vragen op basis van een combinatie van uurtarieven en vaste richtprijzen voor veelvoorkomende werkzaamheden. Alleen uurtarieven geven vaak te weinig grip op voorspelbaarheid. Alleen vaste prijzen doen onvoldoende recht aan de verschillen in complexiteit. Een combinatie werkt daarom het best. Denk voor Vormgeving aan: uurtarieven per functieniveau (DTP/Design/Concept), en vaste richtprijzen voor terugkerende middelen (zoals flyer, poster, brochure, rapportopmaak, magazine-update, enzovoort).

Het advies vanuit de markt is om voor perceel Vormgeving een combinatie te maken van:

- Uurtarieven per functieniveau;
- Heldere indicatie van aantal uren per opdracht bij aanvang;
- Eventueel een praktijkcase of voorbeeldopdracht.

Ook wordt voor het perceel Vormgeving de voorkeur uitgesproken voor uurtarief op diverse disciplines, denk aan opmaak, vormgeving, art direction en projectmanagement.

Ook kan er prijzen per functieniveau worden uitgevraagd met een vaste bandbreedte, bijvoorbeeld:

- DTP (bijvoorbeeld €60-€80);
- Vormgeving (bijvoorbeeld €70-90);
- conceptueel werk (bijvoorbeeld €90-€110).

Binnen die bandbreedte kunnen partijen hun eigen tarief aanbieden, zodat de vergelijking eerlijk blijft en extreme prijsverschillen die niets met kwaliteit te maken hebben worden beperkt.

Andere partijen adviseren om verschillende tarieven op basis van expertise te middelen naar twee hoofdcategorieën:

- 'Concept/Art Direction'
- 'Vormgeving/DTP/Realisatie'.

Dit houdt de uitvoering voor de gemeente overzichtelijk.

Uurtarief is volgens sommige partijen zelf weinig relevant, omdat het nog weinig zegt over de uiteindelijke prijs. Een bureau kan een laag uurtarief hebben, maar er twee keer zo lang over doen als een concurrerend bureau, waardoor per saldo de opdrachtgever duurder uitkomt.

Daarom wordt er aangegeven dat:

- gerichte prijzen uitvragen een idee is; bijvoorbeeld prijs brochure 8 pagina's, flyer A4, enz.
- voor vormgevingswerkzaamheden kan worden uitgegaan van een uurtarief, eventueel aangevuld met richtprijzen voor veelvoorkomende opdrachten.
- voor vormgeving ligt een uurtarief of dagdeeltarief voor de hand. Eventueel kan daarnaast gewerkt worden met richtprijzen voor veelvoorkomende opdrachten.

Daarnaast geeft de markt aan dat de prijzen voor perceel Vormgeving ook als volgt worden uitgevraagd:

- uurtarieven per functieniveau (bijvoorbeeld junior designer, medior designer, senior designer, art director);
- eventueel aangevuld met indicatieve prijzen voor standaardopdrachten (bijvoorbeeld flyer, brochure, campagnebeeld).

Een marktpartij raadt de tarieven per functieniveau af, omdat in de praktijk een senior vaak meekijkt met een junior waardoor er feitelijk een gemiddeld tarief ontstaat.

Drukwerk:

De markt geeft aan dat voor perceel Drukwerk een productgerichte prijslijst logisch is, met veelvoorkomende specificaties. Het advies is om prijzen uit te vragen op basis van veelvoorkomende producten met duidelijke specificaties en staffels (denk aan flyers, folders, brochures, magazines en signingproducten). Daarbij wordt aanbevolen om per producttype staffels, papiersoorten, afwerking, oplages, levertijden en eventuele spoedopties uit te vragen. Ook wordt er aangegeven om voorraadartikelen jaaroplagen laten beprijzen, zodat leveranciers efficiënt kunnen produceren.

Voor Drukwerk wordt door de markt het volgende aangedragen:

- Vaste prijs per productcategorie (zoals flyers, posters, brochures, etc.) met staffels voor oplages.
- Standaard productprijzen (bijv. flyers, brochures);
- Staffelprijzen;
- Maatwerk op aanvraag.

In de praktijk richt men zich op veel gebruikelijke producttypen, zoals:

- Flyers
- Folders
- Brochures
- Magazines
- Posters
- Rolbanieren
- Informatiepanelen.

En voor de beoordeling geeft de markt ook producten aan zoals: flyers, posters, folders, brochures, panelen, stickers, kaarten en huisstijldrukwerk. Werk met vooraf gedefinieerde specificaties (formaat, oplage, papiersoort), zodat inschrijvingen goed vergelijkbaar zijn. Deze methode wordt veel gebruikt bij drukwerkraamovereenkomsten en biedt zowel duidelijkheid als flexibiliteit voor toekomstige opdrachten.

De markt adviseert de gemeente om afnamehistorie van de afgelopen 2–3 jaar te verstrekken, zodat leveranciers inzicht hebben in aantallen, productsoorten en orderfrequentie en daarmee realistische prijzen en capaciteit kunnen bepalen.

Opmerking over het verschil in prijsstructuur tussen vormgeving en drukwerk

De markt geeft aan dat uurtarief voor vormgeving een indicatie geeft, maar de werkelijke prijs blijft sterk afhankelijk van duur en kwaliteit van de uitvoering.

Voor drukwerk is de prijs of het prijsniveau veel moeilijker vast te stellen, omdat de variabelen (papier, formaat, omvang, aantal, enz.) de drukwerkprijs bepalen. Daarom verdient het de voorkeur om voor drukwerk prijzen uit te vragen op basis van verschillende oplages, diverse papiersoorten en de gevraagde producten, zoals flyers, posters, briefpapier en andere communicatiemiddelen.

- Vraag: Welke CBS-indexatie is gebruikelijk in deze markt?

Samenvatting antwoorden

Een marktpartij geeft aan dat er binnen de grafische sector geen eenduidige, specifieke CBS-index bestaat die alle kostenontwikkelingen volledig dekt. De sector bestaat uit een combinatie van industriële productie (drukwerk) en dienstverlening (vormgeving), waardoor meerdere indices relevant kunnen zijn. Een andere partij geeft aan dat er eens in de twee jaar een inflatiecorrectie wordt toegepast op de uurtarieven met een percentage dat gelijkloopt met de inflatieontwikkeling.

De markt geeft aan dat het voor drukwerk voor de hand ligt om een indexatie te koppelen aan een index die aansluit op productie- en materiaalkosten. Belangrijker dan de exacte keuze is dat de systematiek transparant, objectief en voor beide partijen voorspelbaar is.

De volgende indexaties zijn voorgedragen door de markt:

- Jaarlijkse indexatie op basis van een relevante CBS-dienstverleningsindex.
- Jaarlijkse indexatie op basis van een relevante consumentenprijsindex.
- Jaarlijkse indexatie op basis van de CPI-index (Consumentenprijsindex).
- De CBS dienstenprijsindex (DPI) voor vormgevings- en communicatiediensten.
- Op basis van loonontwikkeling, omdat de kosten bij vormgeving grotendeels bestaan uit personeelskosten.
- Dienstenprijsindex.
- CPS-prijsindexatie voor de grafische industrie of producentenprijzen.
 - Veel voorkomende referenties zijn CBS producentenprijsindex (PPI) grafische industrie of een bredere CBS producentenprijsindex industrie.
- BNO- en CBS-index voor 'Zakelijke dienstverlening' (SBI 7410), aangezien deze de specifieke loon- en kostenontwikkeling in de creatieve industrie het beste volgt.
- Producentenprijsindex (PPI) voor drukwerk en materiaalgebonden kosten.
- Een combinatie van relevante CBS-indices voor de grafische industrie, papierprijzen en transport, omdat bij drukwerk meerdere kostencomponenten een rol spelen (papierprijzen, lonen, energie en transportkosten).
- Producentenprijsindex.

Er wordt ook aangegeven dat als alternatief de Consumentenprijsindex (CPI) kan worden toegepast als generieke en eenvoudig toepasbare index indien dit voor de gemeente makkelijker is. Daarnaast wordt er aangegeven om de indexatie als een gezamenlijk aandachtspunt mee te nemen.

Een marktpartij geeft aan dat indexatie doorgaans jaarlijks plaatsvindt (bijvoorbeeld per 1 januari). Dit is op basis van de ontwikkeling van de relevante CBS-index over het voorgaande jaar. Een dergelijke indexatie biedt zowel opdrachtgever als opdrachtnemers transparantie en

zorgt ervoor dat prijsontwikkelingen in grondstoffen, papier en energie op een evenwichtige manier kunnen worden verwerkt.

3. Certificaten

- Vraag: Welke aantoonbare kwaliteits- of vakbekwaamheidseisen zijn marktconform voor grafische vormgeving en drukwerk?

Samenvatting antwoorden

De markt benoemt dat voor zowel grafische vormgeving als drukwerk vooral praktijkervaring, portfolio en zorgvuldige processen marktconform zijn. Formele certificeringen komen voor in sommige segmenten, maar wegen in de praktijk vaak minder zwaar dan aantoonbare kwaliteit en ervaring.

Vormgeving:

Voor grafische vormgeving wordt vooral aantoonbare ervaring, kwaliteit van portfolio en een professionele werkwijze als marktconform gezien. In dit vakgebied zegt het resultaat vaak meer dan een formeel certificaat.

Marktconforme eisen voor vormgeving zijn onder meer:

- Relevante referenties voor vergelijkbare opdrachten;
- Aantoonbare ervaring met corporate communicatie, publieke communicatie of complexe informatievraagstukken;
- Kennis van toegankelijkheidseisen voor digitale documenten;
- Een zorgvuldig proces voor briefing, concept, correctie en oplevering;
- Voldoende capaciteit en continuïteit in bezetting;
- Aantoonbare ervaring via portfolio: inzicht in gerealiseerde projecten, bij voorkeur vergelijkbaar in aard en omvang (bijvoorbeeld voor overheden of organisaties met een brede doelgroep);
- Referentieprojecten: concrete referenties waarin ervaring met complexe communicatievraagstukken, huisstijltoepassing en productie van communicatiemiddelen aantoonbaar is;
- Ervaring met huisstijlbewaking en doorontwikkeling: het consistent toepassen en doorontwikkelen van bestaande huisstijlen is essentieel binnen een gemeentelijke context;
- Kennis van toegankelijkheid (WCAG 2.1 AA): het kunnen ontwerpen van toegankelijke communicatiemiddelen, zowel digitaal als in drukwerk, is steeds belangrijker en mag als basiscompetentie worden verwacht;
- Organisatorische en procesmatige kwaliteit: het vermogen om gestructureerd te werken, snel te schakelen en opdrachten efficiënt uit te voeren, inclusief afstemming met interne stakeholders en externe leveranciers.

De markt geeft aan dat voor grafische vormgeving de nadruk ligt op aantoonbare kwaliteit en ervaring, zoals een sterk portfolio en kennis van huisstijl en DTP. Lidmaatschap van de

Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), waar sommige partijen bij aangesloten zijn, onderstreept dit.

Voor het onderdeel Concepten geldt een creatieve eis die niet eenvoudig te kwantificeren of kwalificeren is.

Voor Ontwerp en DTP geldt een minimale vereiste van het beheersen van alle Adobe-vormgevingsprogramma's. Certificering op het gebied van concept, ontwerp of DTP is verder niet aan de orde. Voor DTP'ers geldt een MBO-niveau / -diploma en voor ontwerpers bij voorkeur een opleiding aan de kunstacademie. Vakopleiding grafische vormgeving met een gedegen vakkennis van bijvoorbeeld typografie en alsook een aantal ervaringsjaren wordt als relevante overweging gezien.

Concreet geeft de markt het volgende aan:

- Aantoonbare ervaring met vergelijkbare opdrachten;
- Portfolio van relevante projecten;
- Referenties bij overheden of vergelijkbare organisaties;
- Kennis van gangbare ontwerpprogramma's zoals Adobe InDesign, Illustrator en Photoshop;
- Kennis van drukwerkvoorbereiding (prepress), kleurgebruik en bestandsopmaak.

Drukwerk:

Voor drukwerk zijn procesbeheersing en leverbetrouwbaarheid leidend. Marktconforme eisen rond drukwerk zijn onder meer:

- Aantoonbare ervaring met het produceren van diverse soorten drukwerk;
- Kennis van druktechnieken, papiersoorten en afwerking;
- Kwaliteitsborging binnen het productieproces;
- Betrouwbare leveringsprocessen en logistiek.

Aanvullende eisen passend voor drukwerk zijn rond de kwaliteitsborging in productie, kleurconsistentie, leverbetrouwbaarheid, foutreductie, klachtvolgving en duurzaamheid van materialen en processen.

De drukwerkpartners binnen sommige ketens zijn aangesloten bij het Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen (KVGO), wat staat voor professionele standaarden en marktkennis.

Voor deze opdracht gelden enkele certificeringen als marktconform en goed toetsbaar:

- ISO 9001 (kwaliteitsmanagement): toont aan dat processen structureel worden geborgd en continu worden verbeterd.
- ISO 14001 (milieumanagement): geeft aandacht aan duurzaamheid van processen.
- Voor organisaties die met bestanden, persoonsgegevens en communicatie-uitingen werken is ISO 27001 (informatiebeveiliging) daarnaast steeds relevanter.
- Voor drukwerkproductie is ISO 12647 belangrijk; deze norm borgt kleurmanagement en zorgt voor consistente drukkwaliteit.

In toenemende mate wordt gekeken naar aspecten zoals duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen en sociale impact.

Een enkele marktpartij geeft aan dat organisaties bijvoorbeeld waarde hechten aan leveranciers die bijdragen aan Social Return (SROI) of die werken volgens de principes van sociaal ondernemerschap, zoals vastgelegd in de Code Sociale Ondernemingen.

- Vraag: Welke certificeringen zijn marktconform en proportioneel?

Samenvatting antwoorden

De markt benoemt vooral dat certificeringen voor vormgeving beperkt en licht moeten worden ingezet, terwijl voor drukwerk en maatschappelijke impact certificaten gebruikelijker en beter passend zijn, mits niet als harde drempel. De markt adviseert om certificeringen niet als harde eisen op te leggen, maar als gunningscriterium of pre (vooraf bekend en meetbaar) te gebruiken, zodat partijen worden aangemoedigd zonder dat de markt te veel wordt ingeperkt.

Vormgeving

Vormgevingspartijen adviseren terughoudendheid met zware certificeringseisen. Niet iedere kwalitatief sterke vormgevingspartij beschikt over formele certificaten, terwijl deze partij uitstekend kan presteren. Proportioneel is om certificaten niet te zwaar te laten meewegen of om alternatieve bewijslast (zoals portfolio, referenties, procesmatige kwaliteit, projectmanagement tools als Basecamp en Trello) toe te staan.

De markt stuurt hier meer op portfolio, ervaring en professionele werkwijze. Er wordt ook aangegeven dat ISO 9001 (kwaliteitsmanagement) wenselijk is maar niet verplicht; het dient ondersteunend en niet als absolute eis.

De markt geeft onderstaande lichte eisen aan:

- ISO 9001;
- ISOC 7
- Portfolio.

Dit is niet structureel; eerder als bonus voor score.

Drukwerk

De markt geeft aan dat voor drukwerk certificeringen gebruikelijker en beter passend zijn, omdat dit een proces intensieve activiteit met hoge eisen aan kwaliteit, duurzaamheid en leverbetrouwbaarheid is. Voor drukwerk zijn certificeringen gebruikelijker en beter passend, bijvoorbeeld op het gebied van kwaliteitsmanagement, milieumanagement en duurzaam papier of verantwoorde ketens.

Relevante certificeringen die marktconform genoemd worden:

- ISO 9001 (kwaliteitsmanagement): borgt gestructureerde, herhaalbare processen en continu verbeterbeleid.
- ISO 14001 (milieumanagement): stelt keuzevraagstukken rond energie, afval en milieubelasting centraal.
- FSC/PEFC (duurzaam bosbeheer): toont verzekerde herkomst van papier en maakt duurzaam drukwerk meetbaar.

- Optioneel: PSO 30+.

Binnen de grafische sector worden ook ISO 12647 (kleur- en drukkwaliteitstandaard) en PSO 30+ (certificering voor sociale ondernemers) regelmatig toegepast of geopperd als proportioneel en marktconform. Enkele marktpartijen geven aan dat certificeringen proportioneel dienen te blijven en geen onnodige drempel te vormen voor geschikte partijen (vooral kleine bureaus).

Ook geeft een enkele marktpartij aan dat PSO 30+ en de Code Sociale Ondernemers als marktconform worden gezien voor organisaties die SROI (Social Return on Investment) realiseren.

Voor opdrachtgevers die maatschappelijke impact waarderen is het passend om aandacht te geven aan:

- SROI-doelstellingen;
- sociale ondernemerschap (Code);
- PSO 30+ als bewijs van kwetsbare groepen in de werkforce.

Daarnaast geeft de markt aan dat duurzaamheid (milieu, sociale impact, recyclage) proportioneel moet worden afgewogen naast kwaliteit en prijs, zodat waardes worden erkend zonder dat het proces onpraktisch complex wordt.

De markt geeft ook nog de volgende technische kwaliteit buiten certificeringen aan:

- Naast certificaten blijft praktijkkwaliteit leidend: portfolio, referenties, capaciteit, processen en klanttevredenheid.
- Voor kleurmanagement en drukprocesbeheer is kennis van kleurstandaarden (zoals ISO 12647) vereist.
- Adobe Creative Cloud (InDesign, Illustrator, Photoshop) is een noodzakelijke basis voor professionele vormgevingsuitvoering; zonder certificering, maar wel aantoonbaar gebruik.

- Vraag: Welke vakdiploma's zijn relevant voor een Vormgever?

Samenvatting antwoorden

De markt geeft aan dat diploma's in deze markt niet doorslaggevend moeten zijn. In de praktijk weegt aantoonbare werkervaring vaak net zo zwaar als het diploma. Evenals dat er in de praktijk wordt vaak gekeken naar een combinatie van opleiding, portfolio en werkervaring.

Binnen de creatieve sector is het vermogen om consistente, doelgroepgerichte en effectieve communicatie te realiseren belangrijker dan uitsluitend opleidingsniveau. Voor grafische vormgevers zijn verschillende opleidingen en vakdiploma's relevant.

De markt vindt onderstaande punten het belangrijkste:

- Portfolio;
- Werkervaring;
- Softwarevaardigheid;
- Gevoel voor inhoud en een goed proces;
- Aantoonbare kwaliteit;
- Referenties;
- Goede aanpak in briefing;
- Ervaring met huisstijl, opmaak en het productie gereed maken van werk;
- Aantoonbaar ervaring over creativiteit, technische kennis en ervaring met drukwerkproductie.

Daarnaast zijn er door de markt een aantal relevante vakdiploma's aangedragen en dit zijn:

- Grafische vormgeving (MBO/HBO);
- Communication and multimedia design;
- Kunstacademie met eventueel richting design of visual communication of DTP of mediavormgeving;
- Aanvullende specialisaties (bijvoorbeeld UX/UI of digitale toegankelijkheid);
- Designopleidingen;
- Kennis van digitale toegankelijkheid (WCAG 2.1);
- Ervaring met professionele DTP-software zoals Adobe, InDesign, Illustrator en Photoshop;
- Grafische Lycea en/of kunstacademies;
- Grafische vormgeving met een gedegen vakkennis van bijvoorbeeld typografie. Ervaringsjaren zou ook een overweging kunnen zijn.
- Grafische vormgever met aantoonbare kennis van Adobe Creative Cloud (waaronder InDesign, Illustrator en Photoshop).
- MBO Mediavormgeving;
- MBO Grafisch Vormgever / Allround Mediavormgever;
- Ervaring met ontwerpsoftware (Adobe Creative Cloud);

- Digitale vormgeving en online toepassingen;
- Typografie en visuele communicatie.

4. Programma van Eisen

- Vraag: Welke eisen zijn in uw ogen essentieel voor Vormgeving en welke eisen zouden we in uw ogen niet moeten stellen?

Samenvatting antwoorden

De markt geeft de volgende eisen aan die wel gesteld kunnen worden:

- Aantoonbare ervaring: met vergelijkbare opdrachten, vormgeving voor (semi)overheden, visuele communicatie en diverse communicatiemiddelen.
- Portfolio: met relevante en vergelijkbare werken die kwaliteit, creativiteit en vakmanschap aantonen.
- Ervaring met huisstijltoepassing: consistent kunnen werken binnen bestaande huisstijlen en bijdragen aan doorontwikkeling waar nodig.
- Toegankelijke communicatie: kennis en toepassing van digitale toegankelijkheid (WCAG 2.1 AA / PDF-UA).
- Combinatie creatie en DTP: vermogen om zowel conceptueel als uitvoerend te werken zodat ontwerpen direct toepasbaar zijn.
- Kennis van drukwerk en digitale toepassingen: inclusief drukwerkvoorbereiding, kleurprofielen, resoluties, afloop en levering van drukklare bestanden.
- Procesmatige en communicatieve vaardigheden: helder samenwerken met opdrachtgevers, interne afdelingen en externe leveranciers, met minimale coördinatielast.
- Bereikbaarheid en flexibiliteit: duidelijke aanspreekpunten, korte lijnen, beschikbaar bij piekbelasting en spoedopdrachten.
- Helderheid en afspraken: duidelijke correctierondes, doorlooptijden en oplevermomenten; onderscheid tussen snelle producties en projecten met langere looptijd.
- Kennis van gemeentelijke context: inzicht in bestuurlijke processen, organisatiestructuur en communicatie richting inwoners, ondernemers en stakeholders.
- Kwaliteit en zorgvuldigheid: oplevering van correcte, productiegereed bestanden en consistente kwaliteitsbewaking.
- Co-creatie en samenwerking: openstaan voor ideeën van de opdrachtgever en samenwerken op een gelijkwaardige en creatieve manier.
- Gebruik van professionele software: kennis van gangbare ontwerpprogramma's (zoals Adobe InDesign, Illustrator, Photoshop).
- Duurzaamheid en MVO: aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, bijvoorbeeld Social Return (SROI).
- Innovatief vermogen: inzicht in hoe AI of nieuwe technieken ingezet kunnen worden binnen het ontwerpproces.

Onderstaand de eisen waarvan de markt vindt dat deze beter niet of beperkt gesteld kunnen worden:

- Verplichte aanwezigheid van een groot intern team als kwaliteit ook met een klein, ervaren team kan worden geleverd.
- Zware of disproportionele certificeringseisen (zoals ISO) die niet direct relevant zijn voor vormgeving.
- Strikte functiedifferentiatie (junior/medior/senior) of een verplicht minimum aantal jaren ervaring dat te hoog is.
- Te gedetailleerde software- of werkwijze eisen die alternatieven uitsluiten.
- Locatie-eisen die samenwerking op afstand onnodig beperken.
- Eisen aan formaten, materialen of ondergronden die leiden tot onnodig hoge kosten of praktische problemen.
- Overdreven strikte eisen bij referenties (alle voorbeelden binnen één opdracht i.p.v. diverse opdrachten toelaten).
- Overmatige vastlegging van werkwijzen die flexibiliteit en maatwerk beperken.

- Vraag: Welke eisen zijn in uw ogen essentieel voor Drukwerk en welke eisen zouden we in uw ogen niet moeten stellen?

Samenvatting antwoorden

Essentiële eisen voor drukwerk, zoals uit de markt volgt, gaan vooral over kwaliteit, leverbetrouwbaarheid, proces en samenwerking:

- Constance drukkwaliteit
Consistente kwaliteit van drukwerk, uniform in kleur, afwerking en materiaalgebruik, passend binnen de huisstijl van de gemeente.
- Betrouwbare levertijden
Betrouwbare en voorspelbare levertijden en logistieke processen, met name bij tijdsgebonden en campagnegerichte opdrachten.
- Flexibiliteit en schaalbaarheid
Mogelijkheid tot het verwerken van zowel kleine oplages als grotere producties, inclusief spoedopdrachten.
- Goede bestandscontrole en materiaalbeheersing
Essentieel zijn eisen op leverbetrouwbaarheid, drukkwaliteit, bestandscontrole en materiaalbeheersing.
- Duurzaam en verantwoord materiaalgebruik
Keten van papier, inkten en andere materialen moet verantwoord en, waar mogelijk, duurzaam zijn.
- Breed assortiment en maatwerk
Mogelijkheid tot het leveren van een breed assortiment aan communicatiemiddelen zoals flyers, brochures, magazines, signing en maatwerkoplossingen.
- Duidelijke specificaties, proefprocedures en service
Heldere specificaties, proefprocedures, goede foutafhandeling en service, inclusief snelle reactie en klachtenopvolging.
- Goede samenwerking met vormgevingspartijen
Een soepele overdracht van ontwerp naar productie, met goede afstemming tussen vormgeving en drukwerk.
- Transparante communicatie en service richting de opdrachtgever
Duidelijke communicatie over wat binnen tijd, oplage en materiaalkeuze al dan niet mogelijk is, en heldere afspraken over planning en levering.
- Aantoonbare ervaring en kennis
Aantoonbare ervaring met het produceren van verschillende soorten drukwerk, kennis van papiersoorten, druktechnieken en afwerkingen, en kennis van kleurmanagement ten behoeve van de opdrachtgever.
- Maatschappelijke en duurzame componenten, waar gewenst

Wanneer gewenst, kan het waardevol zijn dat leveranciers aantoonbaar bijdragen aan duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen, bijvoorbeeld via duurzame materialen, efficiënte productieprocessen of sociale impact (SROI).

De markt geeft aan dat certificeringen waardevol zijn, maar het mogen geen uitsluitingscriterium vormen als de kwaliteit ook op andere wijze aantoonbaar is. Disproportioneel zware certificeringseisen en het verplicht stellen van meerdere certificeringen zonder dat deze direct bijdragen aan de uitvoering van de opdracht zijn door de markt minder wenselijk. Dit geldt ook voor overmatige documentatie- en verantwoordingslast, dit kan de efficiëntie en flexibiliteit benadelen.

De markt geeft aan dat te gedetailleerde of rigide prijsstructuren als nadelig. Dit kan de uitvoerbaarheid beperken en maakt het lastig om maatwerk te leveren. Te gedetailleerde procesvoorschriften is ook niet wenselijk voor de markt. Het is wenselijk om ruimte te laten voor eigen werkwijzen van opdrachtnemers, zolang de kwaliteit en resultaten geborgd zijn.

De markt geeft ook aan dat een verplicht eigen vervoer of eigen distributienetwerk niet essentieel is als de levering op een andere, betrouwbare manier kan worden geregeld.

Onderstaande eisen beperken de markt onnodig:

- Disproportioneel hoge omzet- of referentie-eisen, te specifieke technische eisen of eisen die een overheersende technische keuze voorschrijven (bijvoorbeeld alleen offset of alleen printshop), zijn minder wenselijk en kunnen innovatie en kleinschalige leveranciers uitsluiten.
- Eisen die niet aansluiten bij het type drukwerk.
- Niet alle eisen die bij massaproductie (bijvoorbeeld kranten en tijdschriften) passen, zijn relevant voor kleinschalig, kwaliteitsgericht en persoonlijk drukwerk.
- Minder passend zijn eisen die heel specifiek voorschrijven dat drukwerk lokaal moet worden geproduceerd, ongeacht offset of printshop-niveau, vooral als dit in strijd is met efficiency en vrije keuze op de keten.
- Specifieke productiemiddelen/eisen of productie-methoden of een verplicht eigendrukwerkmiddel.
- Overmaat aan certificeringen.

- Vraag: Welke duurzaamheidseisen voor Drukwerk kunnen we stellen?
Denk hierbij aan: voor kartonnen dozen (voor verpakking) die voor een aantal percentages uit post-consumer gerecycled karton bestaan, milieumanagementsysteem zoals ISO 14001 of EMAS.

Samenvatting antwoorden

De markt geeft aan dat materialen, proces en certificeringen kunnen worden gericht op duurzaamheid, maar dat de eisen uitvoerbaar moeten zijn.

De markt geeft de volgende duurzame materialen aan:

- Verantwoorde bronnen: gebruik van papier of karton uit aantoonbaar verantwoorde bron (FSC of PEFC gecertificeerd).
- Gerecycled materiaal: inzet van post-consumer gerecycled paper of karton (bijvoorbeeld $\geq 85-100\%$ gerecycled) waar dit functioneel en kwalitatief passend is, bijvoorbeeld voor flyers, verpakkingen of dozen.
- Duurzame verpakkingen: voor kartonverpakkingen (dozen, folders, shuttles) kun je eisen vaststellen rond:
 - Minimumpercentage gerecycled karton,
 - Recycleerbaarheid (geen plastic laminaten, eenvoudige recyclage).
 - Milieuvriendelijke paper keuze: favorisering van doorwad papier, karton van landbouwfal (bijv. Paperwise) of 100% gerecycled karton (Rebello, NAUTILUS, enz.).

De markt geeft de volgende mogelijkheden aan met betrekking tot proces en productie:

- Milieuvriendelijke productie:
 - Gebruik van eco-inkten (soja-, plantaardig, water- of UV-inkt) die lager belastend zijn voor lucht, water en afval.
 - Energie-efficiënte druktechnologie (LED/UV, energiebesparende machines).
- Afvalbeheer: beperking van afvalstromen, subsidiëring van chemische afval en efficiënte papierlogistiek (re-use, recyclage).
- Efficiënt transport en bundeling:
 - Gecombineerde transporten, niet overdreven frequent;
 - Logistiek zoeken op CO2-efficiëntie (kortere routes, elektrisch vervoer).

Onderstaande mogelijkheden geeft de markt aan met betrekking tot milieumanagement en certificeringen:

- Milieumanagementsystemen:
 - ISO 14001 of EMAS als proportionele, maar niet harde eis; kun je als pre of bonus scoren.
 - Vergelijkbare systemen die daadwerkelijk milieuzorg structureel in de procesorganisatie integreren.
- Duurzaamkeurstekens papier / verpakking:

- FSC/PEFC voor papier en karton,
- Eventueel EU-Ecolabel of CO2-Neutraal (PAS 2060) voor producten.
- SROI of sociale impact (optioneel):
 - ruimte voor sociale ondernemers (PSO-30+) of SROI-leveranciers die werkgelegenheid creëren.

Voor kartonverpakkingen (dozen, cartons) geeft de markt onderstaande mogelijkheden aan:

- Post-consumer gerecycled karton: eis van minimumpercentage (bijv. 85–100%) gerecycled karton voor dozen, foldertassen, shuttles.
- Duurzame verpakkingen:
 - Papierkarton moet recyclebaar zijn (geen coating die recycling belemmert),
 - Gebruik van klambo/tape of biologisch degradeerbare materialen.
- Milieuvriendelijke coatings: gebruik van waterbased coatings of biologisch afbreekbare options (SEMoulin Packaging, enz.).

De markt raad dit aan:

- FSC/PEFC-gecertificeerd papier,
- Minimum aandeel gerecycled paper/karton (vooral voor verpakkingen),
- Eco-inkten en efficiënt transport,
- ISO 14001 / EMAS als aantoonbare, maar niet harde drempel.

Dit vindt de markt niet-essentieel:

- Eisen die de markt onnodig stroppen (alleen lokale productie, extreem hoge percentage gerecycled bij hoge kwaliteitseisen).
- Certificeringen zonder verband met de opdracht.
- Onnodig strenge artikel-specificaties (bijv. 100% dieser in alle gevallen) als dat kwaliteit schaadt.
- Complexe administratie (te veel milieudocumentatie) die de efficiency en flexibiliteit vermindert.

Onderstaand een voorstel voor Programma van Eisen, aangedragen door de markt:

- Materialen:
 - FSC/PEFC voor papier en karton.
 - $\geq x\%$ post-consumer recycled voor verpakkingen.
- Productie:
 - Eco-inkten; beperking van afval en gebruik van herbruikbare inkt tanks.
- Transport:
 - efficiënte, gecombineerde transporten.
- Certificeringen:
 - ISO 14001 of EMAS als bonus (+5–10% score).
- Flexibiliteit:
 - leveranciers mogen verschillende milieumaatregelen kiezen (biomassa-energie, afvalreductie, carbon-offset) binnen een duurzaamheidsscriptie.

- Vraag: Welke levertermijnen en druktechnische toleranties zijn marktconform voor gangbare drukwerkproducten?

Bijvoorbeeld ten aanzien van snijafwijkingen of kleurweergave

Samenvatting antwoorden

De markt suggereert dat levertermijnen en toleranties per producttype worden gespecificeerd: vaste bandbreedtes, geen onrealistische normen.

De markt geeft de volgende gangbare standaard levertijden aan:

- Gangbaar: 3–6 werkdagen na akkoord op het bestand of proef, afhankelijk van oplage en producttype.
- Online druklanden: vaak 4–5 werkdagen voor flyer/poster, 2–3 weken voor grotere volumes (pakketjes, pallets).
- Spoed: 24–48 uur (of 2–3 werkdagen) mogelijk tegen meerprijs, maar met hogere foutkansen en kosten.

Per productcategorie geeft de markt de volgende levertijden aan:

- Flyers/folders: 4–6 werkdagen.
- Brochures/complexere producten: 5–10 werkdagen.
- Spoedopdrachten: 2–3 werkdagen (afhankelijk van oplage, techniek en transport).

De papierbeschikbaarheid, productiecapaciteit, aantal productiestappen en afteslagen/logistiek zijn factoren die de termijnen beïnvloeden. De markt adviseert om vaste levertijden per categorie (gewone / spoed) en een duidelijke meerprijsscenario – geen onhaalbare deadlines te handteren. Voor producten met hoge volumes en meerdere productiestappen, zoals bijvoorbeeld een pallet enveloppen, moet rekening worden gehouden met een levertijd van circa 10-15 werkdagen. Hierbij spelen factoren zoals productieplanning, papierleveringen, druk, afwerking en logistiek een rol. Voor kleinere oplages, zoals bijvoorbeeld 100 flyers of posters, ligt een marktconforme levertijd meestal rond 4-5 werkdagen na akkoord op het bestand.

De markt geeft de volgende druktechnische toleranties (snij, kleur, oplage) aan:

- Snijafwijkingen
 - Gangbaar: $\pm 1-2$ mm snijafwijking is aanvaardbaar in de sector.
- Kleurafwijkingen / kleurconsistentie
 - Kleurverschil tussen scherm en druk is normaal; digital proof $\neq$ 100% identiek tot offset.
 - ISO-normen: kleine afwijkingen ($\Delta E \pm 3,0$ is vaak het marktconform niveau).
 - Voor huisstijl-consistentie: gebruik van PMS-kleuren of ISO-proofing als referentie.
- Oplagetoleranties

- Offsetdruk: oplage kan variëren met $\pm 5\text{--}10\%$ (meer of minder exemplaren).

De markt geeft aan dat kleine snij- en kleurafwijkingen niet-signaleerbaar zijn als fout, ze horen bij drukwerk.

Het advies van de markt is:

- Standard levertijd:
 - Flyers: 4–5 werkdagen.
 - Brochures/complex: 5–10 werkdagen.
- Spoed: 2–3 werkdagen tegen prijsopslag.
- Snijtolerantie: $\pm 1\text{--}2$ mm.
- Kleur: ISO normen, $\Delta E \pm 3,0$ voor gangbare producten.
- Oplagevariantie: $\pm 5\text{--}10\%$ voor offset.
- Duidelijke afspraken maken over proefdruk of digitale proef.

5. Overig en praktische vragen

- Vraag: Welke informatie mist u nog in onze huidige uitwerking om straks goed te kunnen inschrijven?

Samenvatting antwoorden

De markt geeft aan om op onderstaande punten meer duidelijkheid te ontvangen:

Omvang en volumes

- Verwachte jaaromvang en/of geraamde omzetwaarde per perceel;
- Indicatie van het aantal opdrachten per jaar en orderfrequentie;
- Inzicht in historische data (bijv. afgelopen 2 jaar), inclusief aantallen, type middelen, oplages en spreiding;
- Indicatie van volumes per producttype (zoals flyers, brochures, signing);
- Aantal en aard van afleverlocaties (met name voor drukwerk).

Aard van de opdrachten

- Verdeling tussen vormgeving (DTP/creatie) en drukwerk;
- Verhouding tussen kleinere en grotere (complexere) opdrachten;
- Type werkzaamheden: doorontwikkeling binnen bestaande huisstijl versus ontwikkeling van nieuwe concepten;
- Verhouding tussen digitale en fysieke communicatiemiddelen;
- Voorbeelden van opdrachten of representatieve casussen.

Werkwijze en processen

- Werkwijze voor opdrachtverstrekking binnen de raamovereenkomst (bijv. minicompetities of directe gunning);
- Gewenste responstijden en omgang met spoedopdrachten;
- Eventuele digitale bestel- of aanvraagprocessen;
- Kaders voor samenwerking tussen vormgeving en drukwerk;
- Duidelijkheid over rollen, aanspreekpunten en continuïteit (back-up bij uitval).

Inhoudelijke en contractuele kaders

- Nadere specificatie van de gevraagde producten en diensten (waar nog onduidelijkheden bestaan);
- Rol en weging van duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI) en Social Return (SROI).

Procedure en inspanning

- Behoeftte aan een proportionele en behapbare uitvraag, mede gezien de drukke periode waarin de aanbesteding plaatsvindt.

- Vraag: Welke eisen of wensen zouden deze opdracht naar uw mening onnodig beperken of minder aantrekkelijk maken?

Samenvatting antwoorden

De markt benoemt dat de opdracht onnodig beperkend of minder aantrekkelijk wordt wanneer er een onbalans ontstaat tussen prijs, kwaliteit, administratieve last en realistische randvoorwaarden, en wanneer de rolverdeling of de markttoegang op een disproportionele manier worden ingeklemd.

De markt benoemt onderstaande eisen die de opdracht onnodig beperken of minder aantrekkelijk maken:

- Prijs zwaarder dan kwaliteit bij perceel Vormgeving
De opdracht wordt onnodig beperkend wanneer prijs zwaarder weegt dan kwaliteit en er een te sterke focus op de laagste prijs is, waardoor kwaliteit, snelheid en consistentie onder druk komen te staan.
- Zware formele eisen aan creatieve partijen
 - Te zware formele eisen worden gesteld aan creatieve partijen;
 - Te lage maximumtarieven worden opgelegd;
 - Het verplicht stellen van meerdere zware certificeringen zonder dat deze direct relevant zijn voor de uitvoering van de opdracht;
 - Het compleet moeten uitwerken van veel verschillende opdrachten om ervaring te tonen, terwijl de uiteindelijke tijdinvestering voor de opdracht zelf daar niet in verhouding toeneemt.
- Onduidelijke opdrachtverdeling en procesafspraken
 - De opdrachtverdeling binnen de raamovereenkomst onduidelijk blijft;
 - Het contracteren van meerdere leveranciers per perceel (bijvoorbeeld meerdere vormgevings- of drukwerkpartijen per perceel), waardoor opdrachten worden versnipperd en de coördinatielast toeneemt;
 - De verantwoordelijkheden onduidelijk verdeeld worden tussen vormgever, leveranciers en de gemeente.
- Te hoge administratieve lasten
 - Er te veel administratieve lasten ontstaan voor relatief kleine opdrachten;
 - Onnodig complexe aanbestedingsprocedures;
 - Zeer hoge omzet- of referentie-eisen;
 - Een te klein aantal opdrachtnemers binnen de raamovereenkomst.
- Onrealistische tijd- en aansprakelijkheidseisen
 - Disproportionele aansprakelijkheids- of reactietermijnen;
 - Verplichte certificaten bij kleinere of standaardmatige opdrachten;

- Verplichte zeer grote volumes, extreem korte levertijden zonder noodzaak, of zware administratieve verplichtingen, waardoor regionale of kleinere partijen zich afhaken.
- Inhoudelijk onwenselijke eisen
 - ISO-certificering alleen als harde eis, niet als ondersteunend element;
 - Te specifieke technische voorschriften ten aanzien van productiemethoden, materialen of formaten, terwijl het uiteindelijke resultaat (kwaliteit en functionaliteit) leidend zou moeten zijn;
 - Eisen die zijn afgestemd op grootschalige drukproducties (zoals bij kranten- en tijdschriftproductie), waardoor lokale of gespecialiseerde, kleinere drukkerijen onnodig worden uitgesloten.

De markt geeft de volgende eisen die de aantrekkelijkheid van de opdracht verminderen:

- Prijs- en procedurematige onzekerheden
 - Het eventuele eis om een creatieve opdracht of pitch uit te voeren, wat de inschrijving minder aantrekkelijk maakt, omdat het een omvangrijke tijdsinvestering vraagt zonder garantie op opdracht;
 - Te veel nadruk op prijs in plaats van kwaliteit en werkwijze;
 - Een Europese aanbesteding die als zeer intensief en tijdrovend wordt ervaren, waardoor sommige (lokale) partijen onnodig afhaken.
- Effect op lokale en sociale participatie
 - Door de aard van de aanbesteding kan de gemeente weinig invloed uitoefenen op het proces en lopen de opdrachten alsnog naar partijen op grotere afstand die weinig binding hebben met Hardenberg;
 - Dit kan ten koste gaan van lokale initiatieven, sport, cultuur, events en projecten.

De markt geeft aan dat een proportionele opzet zorgt voor dat ook kleinere, innovatieve of sociale ondernemingen kunnen deelnemen. Dit kan bijdragen aan meer diversiteit in de markt en aan het realiseren van beleidsdoelstellingen rond maatschappelijk verantwoord inkopen en SROI.

Daarnaast geven een aantal partijen geeft aan dat ze op dit moment géén eisen of wensen zien die de opdracht onnodig beperken of minder aantrekkelijk maken, omdat de huidige opzet van de gemeente Hardenberg als een goede en evenwichtigere aanbesteding wordt ervaren.

- Vraag: Heeft u verder nog suggesties voor verbetering van de voorgenomen opzet van de aanbesteding?

Samenvatting antwoorden

De markt draagt de volgende suggesties aan:

1. Houd perceel 1 en perceel 2 duidelijk gescheiden, maar werk de samenwerking ertussen concreet uit;

De keuze voor twee percelen (Vormgeving en Drukwerk) is logisch. Best helpt het als rollen, overdrachtsmomenten en verantwoordelijkheden tussen vormgever, drukker en team Communicatie scherp worden beschreven. Een aanbeveling is om vormgeving en drukwerk als twee aparte disciplines te blijven benaderen, ook al komen ze in de praktijk steeds vaker samen.

2. Maak onderscheid tussen terugkerend werk en creatief maatwerk

Niet iedere opdracht vraagt om dezelfde beoordelings- of inkooproute. Door dit vooraf te onderscheiden (terugkerend werk vs. creatief maatwerk) blijft de werkwijze werkbaar en worden geen buitensporige eisen aan beide types gesteld.

3. Zorg voor een realistische balans tussen prijs, kwaliteit en snelheid

Vooraf bij vormgeving is de meerwaarde van een partij vaak afhankelijk van interpretatie, meedenken en zorgvuldigheid. Dat komt onvoldoende tot zijn recht als prijs te dominant wordt. Laat kwaliteit voor zich spreken en niet alleen uurtarieven. Een goede samenwerking levert uiteindelijk efficiëntie en kwalitatief goede, passende middelen op en scheelt juist weer tijd en geld.

4. Werk met een beperkt maar betrokken aantal opdrachtnemers

Een raamovereenkomst werkt het best als partijen ook echt kans maken op opdrachten en daardoor investeren in samenwerking en kennis van de organisatie. Ruimte bieden aan kleinere, gespecialiseerde partijen is waardevol. Juist daar is vaak veel vakkennis, aandacht en betrokkenheid te vinden.

5. Duidelijke en gestructureerde afspraken en overzichten maken

Werk met duidelijke en uniforme briefingformats, zodat opdrachten efficiënt en eenduidig worden uitgezet. Zorg voor korte communicatielijnen tussen opdrachtgever en opdrachtnemer en werk met vaste contactpersonen per opdrachtnemer. Maak een duidelijk overzicht van de werkzaamheden die door de vormgever en de drukkerijen moeten worden uitgevoerd, bijvoorbeeld per productcategorie of per onderwerp, met onderscheid tussen vormgeving, drukwerk en eventuele aanvullende werkzaamheden.

6. Vooraf helderheid over opdrachtverdeling en proces

Binnen de raamovereenkomst ruimte bieden voor continuïteit en samenwerking, zodat partijen kennis kunnen opbouwen en efficiënter kunnen werken. Duidelijkheid geven over de verdelingssystematiek van opdrachten vooraf, bijvoorbeeld via een roulatiesysteem, minicompetities of standaard-toewijzing per producttype.

7. Transparantie omtrent inschrijvingen en markttoegang

Vermelding van de geraamde omzet per perceel. Delen van de afnamehistorie van de afgelopen jaren, zodat inschrijvers realistische prijzen en capaciteit kunnen inschatten. Heldere, vaste afspraken evalueren met de diverse huidige leveranciers waarover men al tevreden is.

8. Duurzaamheid, sociale impact en EMVI-focus binnen de gunningscriteria

De opname van duurzaamheid en maatschappelijke impact binnen de gunningscriteria kan de opdracht sterker en relevant maken voor de gemeente en de markt. Aandacht geven aan SROI en sociale ondernemingen is waardevol: hiervoor kan ruimte worden geboden aan partijen die aantoonbaar bijdragen aan Social Return (SROI) of die werken volgens de Code Sociale Ondernemingen. Een EMVI-aanpak (economisch meest voordelige inschrijving) met een duidelijke nadruk op kwaliteit, duurzaamheid en samenwerking is aanbevolen.

9. Realistische levertermijnen en proportionele eisen

Het hanteren van realistische levertermijnen en proportionele (niet overspannen) eisen helpt om de markt breed te laten deelnemen. Te lage maximumtarieven, te specifieke technische voorschriften of disproportionele certificeringseisen worden expliciet afgeraden, omdat die marktpartijen kunnen uitsluiten.

10. Werkvormen en toegankelijkheid voor inschrijvers

Een heldere en praktische uitvraag zal naar verwachting de beste en meest passende reacties opleveren. De aanbesteding wordt aantrekkelijker wanneer de eisen proportioneel blijven, de prioriteit ligt op kwaliteit en werkwijze, en de administratieve last in verhouding staat tot de omvang van de opdracht.

Als laatste geven een paar partijen aan dat zij op dit moment geen aanvullende suggesties hebben voor verbetering van de voorgenomen opzet. Zij concluderen dat de huidige opzet al een goede basis biedt, mits de genoemde principes over duidelijkheid, balans en proportionaliteit worden doorgevoerd.

- Vraag: Welke ontwikkelingen ziet u de komende jaren als het gaat over vormgeving & drukwerk?

Samenvatting antwoorden

Er zijn verschillende ontwikkelingen door de markt aangegeven. Hieronder een opsomming per onderwerp.

Digitalisering, technologie & integratie (incl. AI)

- Grotere rol voor toegankelijke, digitaal bruikbare documenten (WCAG/PDF-UA); digitale toegankelijkheid wordt standaard.
- Verdere integratie van online en offline communicatie, inclusief interactief drukwerk en campagnes waarin print en digitaal elkaar versterken.
- Drukwerk blijft relevant, maar in een andere rol: kleinere oplages, vaker bijzonder of tactiel (speciale papiersoorten, verpakkingen), meer combinatie met digitale middelen. De grens tussen opdrachtgever, vormgever en drukker vervaagt door templates en directe bestelopties.
- Digitalisering neemt toe naast drukwerk: minder bulkdrukwerk, maar drukwerk als bewuste keuze met focus op kwaliteit, materiaal en impact.
- Automatisering en AI zorgen voor efficiëntere vormgeving, vooral in DTP en productie (automatische opmaak, beeldbewerking, tekstondersteuning, procesautomatisering). De kern blijft mensenwerk: concept, creativiteit en inhoudelijke afweging.
- AI wordt gezien als hulpmiddel, geen eindproduct: bruikbaar om ideeën te verbeelden en voorstellen te maken, maar eindbeelden worden (vooralsnog) zelf gefotografeerd/gefilmd en zorgvuldig gekozen.
- Belangrijk wordt "AI verstandig inzetten": weten wanneer AI waarde toevoegt en wanneer maatwerk, menselijke creativiteit of juridische/ethische grenzen leidend moeten zijn, ook met het oog op toekomstige wet- en regelgeving.

Snelheid, efficiëntie & procesinrichting

- Toenemende vraag naar korte doorlooptijden, snelle productie en on-demand oplevering.
- Meer behoefte aan modulaire formats, vaste templates en efficiënte doorontwikkeling van bestaande middelen (in plaats van steeds opnieuw beginnen).
- Bestel- en aanvraagprocessen worden gestroomlijnd: centrale bestelomgevingen, online bestelportalen en gestandaardiseerde workflows tussen aanvraag, vormgeving en productie.
- Opdrachten worden vaker kleiner, korter en verspreid over meerdere middelen, terwijl er juist behoefte blijft aan goede vormgeving die rust, herkenbaarheid en samenhang brengt.

- Duurzaamheid en procesinrichting worden belangrijker: kleinere oplages, bewuste materiaalkeuzes, minder verpakkingsmateriaal en slim combineren van print en signing.

Duurzaamheid, doelgroep gerichtheid & samenwerking

- Meer behoefte aan consistente doorvertaling van communicatie over meerdere kanalen heen, met herkenbare branding (ook op lokaal niveau, richting inwoners).
- Duurzaamheid wordt een vaste randvoorwaarde: verantwoord papiergebruik (bijv. FSC), efficiënte productieprocessen, bewuste materiaalkeuze en lagere milieubelasting; drukwerk blijft, maar zo duurzaam mogelijk.
- Groei van maatschappelijk verantwoord ondernemen en SROI: opdrachtgevers zoeken leveranciers die rekening houden met maatschappelijke impact, inclusieve werkgelegenheid en sociaal ondernemerschap.
- Sterkere focus op doelgroepgerichte en datagedreven communicatie: meer inzet van data, personalisatie en kleinere oplages, zowel digitaal als in drukwerk.
- Groeiende aandacht voor toegankelijkheid (WCAG) en de "menselijke maat": helderheid, eenvoud en begrijpelijke, visueel rustige communicatie in overheidscontext.
- Toenemende behoefte aan flexibele partners die zowel creatief als uitvoerend sterk zijn, meedenken over effect en toepasbaarheid en fungeren als samenwerkingspartner in plaats van alleen uitvoerder.
- Ontwikkeling richting co-creatie en gedeelde platforms: opdrachtgever en bureau schuiven naar elkaar toe, werken vanuit een gezamenlijke database of omgeving en ontwikkelen campagnes en middelen samen.

Hartelijk dank voor uw antwoorden, tijd en moeite!