Ref. Nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord	Ontvangen op
1	Paragraaf 2.2 - Duurzaamheid	Is het gezien de duurzaamheidsambities van de gemeente gewenst om bij het uitvoeren van opdrachten AI in te zetten?	Als het zinvol is om AI in te zetten, dan is dat mogelijk. Het is geen wens.	12-5-2026
2	Paragraaf 2.6 — Verspreiding	Voor de hoofdbrochure en kwartaalbrochures verzorgt de gemeente Nissewaard de verzending van circa 3.500 stuks. Wordt de opdrachtnemer verantwoordelijk voor het aanleveren van de adressering, of levert de gemeente de adressenbestanden aan? En welke postregeling wordt gebruikt (PostNL bulk, geadresseerd/ongeadresseerd)?	Aanleveren adressering gaat via De Stoep naar Opdrachtnemer. Het verzendklaar maken wordt door opdrachtnemer gedaan. Dit wordt in bulk aangeleverd bij de gemeente om te verzenden m.b.v. van debiteurennummer van de gemeente. De gemeente verzendt dit via PostNl.	12-5-2026
3	Paragraaf 2.6 — Merchandise	Onder “diverse artikelen” worden T-shirts (150 x), drinkflessen (1.000 x), wijntassen (1.000 x), keycords en sterren voor de walk of fame genoemd. Mogen deze items worden uitbesteed aan een onderaannemer/leverancier, en is de opdrachtnemer verantwoordelijk voor productie of voor inkoop en doorlevering?	Mag worden uitbesteed aan onderaannemer/leverancier, maar opdrachtnemer blijft verantwoordelijk voor eindresultaat en tijdige levering.	12-5-2026
4	Paragraaf 2.6 — Socials	Wat is de huidige status van de social media-kanalen van Theater de Stoep (volgersaantallen, posting frequentie, contentmix)? Welk advertentiebudget is jaarlijks beschikbaar voor betaalde campagnes op Facebook en Instagram, en valt dit binnen of buiten de opdrachtwaarde?	Wij zetten momenteel Facebook en Instagram in als belangrijkste social media kanalen voor de promotie van het theaterprogramma, met 12.000 volgers op Facebook en 11,3 duizend op Instagram en een gemiddelde volgersgroei in 2025 van respectievelijk 30% en 3,3%. De postingfrequentie wordt afgestemd op het programma en de actualiteit, gemiddeld 10–15 berichten per week, met hogere frequentie bij start kaartverkoop/nieuw seizoen of grote voorstellingen en minder tijdens vakantie- en sluitingsperiodes. De contentmix richt zich op zichtbaarheid van voorstellingen, stimuleren van kaartverkoop en publieksbinding, en omvat promotie van voorstellingen en evenementen,aankondigingen, video- en beeldcontent, sfeerbeelden, actuele nieuwsberichten, seizoenscampagnes, thematische content en winacties. Voor de socialmediakanalen is een maandelijks budget vastgesteld, terwijl advertentiecampagnes daarbovenop in overleg met of op verzoek van Theater De Stoep apart worden bepaald en binnen de vaste opdrachtwaarde vallen. Belangrijke KPI’s zijn bereik, interacties, volgersgroei en websiteklikken; in 2025 behaalden wij op Facebook een bereik van 63,4 duizend personen, 12,8 duizend interacties en 37,3 duizend doorverwijzingen naar de ticketwebsite, en op Instagram een bereik van 153,5 duizend personen, 2,6 duizend interacties en 1,8 duizend doorverwijzingen, waarmee de zichtbaarheid en betrokkenheid van het publiek optimaal worden ondersteund.	12-5-2026
5	Paragraaf 2.6 — Campagnes	U vraagt om “meedenken met campagnes”. Kunt u aangeven hoeveel campagnes per jaar worden verwacht, hoe ver de campagnestrategie reikt (alleen socials of ook offline/PR/partnerships), en of campagnemateriaal binnen de raamovereenkomst valt of separaat wordt afgerekend?	Dit is van te voren niet te bepalen. Het gaat vooral om met ideeen komen en meedenken. En inzetten van eventuele campagnes na akkoord.	12-5-2026
6	Paragraaf 2.11 — Indexatie	U noemt het CBS-indexcijfer dienstenprijzen, overige zakelijke diensten als basis. Geldt deze indexatie ook voor doorbelasting van drukwerk en materialen, of alleen voor de uurtarieven van vormgeving en social media?	Alleen voor de uurtarieven	12-5-2026
7	Paragraaf 3.20 — Uitnodiging offertefase	Hoeveel partijen worden uitgenodigd voor de tweede ronde?	Er worden maximaal 5 gegadigen uitgenodigd voor de offertefase (2e ronde)	12-5-2026
8	Paragraaf 4.3.3 — Referenties	U vraagt minimaal drie referenties met betrekking tot grafische vormgeving van promotiemateriaal, campagneontwikkeling én social media beheer. Mogen deze drie thema’s over verschillende referenties worden verdeeld (bijv. referentie 1 vormgeving, referentie 2 campagne, referentie 3 socials), of moet elke referentie alle drie de thema’s afdekken?	De drie gevraagde thema’s mogen over verschillende referenties worden verdeeld. Het is dus toegestaan dat bijvoorbeeld referentie 1 betrekking heeft op grafische vormgeving, referentie 2 op campagneontwikkeling en referentie 3 op socialmediabeheer. Wel geldt dat minimaal één referentie alle drie de onderdelen bevat (grafische vormgeving, campagneontwikkeling én socialmediabeheer), omdat de opdracht voor Theater de Stoep een geïntegreerde aanpak vereist. Hiermee blijft de eis proportioneel en in lijn met de Gids Proportionaliteit. Bij de beoordeling wordt gekeken naar de mate van vergelijkbaarheid met de opdracht. Referenties die meerdere onderdelen combineren en qua aard en omvang aansluiten bij de opdracht worden hoger gewaardeerd.	12-5-2026

9	Paragraaf 4.3.3 — Score 100 punten	Voor de maximale score van 100 punten is “ervaring met culturele instellingen én campagnes” vereist. Betekent dit dat alle drie de referenties zowel cultureel- als campagnegericht moeten zijn, of volstaat het als minimaal één referentie deze combinatie aantoont?	Het is niet vereist dat alle drie de referenties zowel cultureel- als campagnegericht zijn. De passage “ervaring met culturele instellingen én campagnes” is bedoeld als voorbeeld van een zeer relevante referentie, niet als een harde voorwaarde die op alle referenties van toepassing moet zijn. Voor de maximale score wordt gekeken naar de totale mate van vergelijkbaarheid van de ingediende referenties met de opdracht. Dat betekent dat: minimaal één referentie die zowel campagneontwikkeling als ervaring binnen een culturele of andere publieke organisatie aantoont, voldoende is om in aanmerking te komen voor de maximale score, mits de overige referenties eveneens relevant zijn qua aard, omvang en de gevraagde onderdelen (grafische vormgeving, campagneontwikkeling en socialmediabeheer). Referenties uit andere publieke domeinen (zoals gemeenten, onderwijsinstellingen of andere publieke organisaties) worden gelijkwaardig beoordeeld aan referenties uit de culturele sector, zolang zij vergelijkbaar zijn met de opdracht.	12-5-2026
10	Paragraaf 4.3.3 — Combinatieopdrachten	U schrijft dat bij een referentieopdracht die met een andere partij is uitgevoerd alleen het zelf uitgevoerde gedeelte meetelt. Hoe moet dit worden aangetoond bij geïntegreerde campagnes waarin het werk niet strikt te scheiden is (bijv. concept en vormgeving in co-creatie)?	Wanneer een referentieopdracht door meerdere partijen is uitgevoerd, mag alleen het deel van de opdracht dat de Gegadigde zelf aantoonbaar heeft uitgevoerd worden meegenomen. Dit sluit aan bij de Aanbestedingswet, waarin is bepaald dat een ondernemer alleen beroep kan doen op prestaties die hij daadwerkelijk heeft geleverd. Bij geïntegreerde campagnes waarin werkzaamheden in co-creatie plaatsvinden, kan de Gegadigde dit aantonen door een korte toelichting van de eigen rol en bijdrage, bijvoorbeeld op basis van: een beschrijving van de eigen werkzaamheden; een verklaring van de opdrachtgever; een taakverdeling binnen het project; of andere objectieve informatie waaruit de eigen bijdrage blijkt. Indien de Gegadigde samen met een andere partij inschrijft (combinatie of hoofd-/onderaannemer), mag de volledige referentie worden ingebracht voor zover de betreffende partij ook daadwerkelijk wordt ingezet voor de uitvoering van de opdracht. In dat geval worden de bijdragen van beide partijen gezamenlijk beoordeeld, conform de rolverdeling in de inschrijving. Deze werkwijze waarborgt proportionaliteit en zorgt ervoor dat alleen relevante, aantoonbare ervaring wordt meegewogen.	12-5-2026
11	Paragraaf 4.3.1 — Verzekering	U vraagt een aansprakelijkheidsverzekering tegen beroepsrisico's met dekking € 1,5 mln per gebeurtenis en € 3 mln per jaar. Is een gecombineerde bedrijfs- én beroepsaansprakelijkheidsverzekering met deze dekking voldoende, of moeten beide verzekeringen apart worden aangetoond?	Gecombineerd is akkoord.	12-5-2026
12	Paragraaf 4.3.3. - Selectiecriteria	Kan er een maximum worden gesteld aan de hoeveelheid referenties, zodat er geen appels met peren vergeleken worden?	Er geldt een maximum van 3 referenties.	12-5-2026
13	Selectiecriteria	Wij missen in het document het criterium WCAG-toegankelijk maken. Is dit een criterium waar wij rekening mee moeten/kunnen houden? Zo ja hoe zwaar weegt dit punt voor deze aanbesteding?	Hier moet zoveel mogelijk rekening mee gehouden worden.	12-5-2026
14	Bijlage G — Verlenging	U noemt een mogelijke verlenging van twee jaar. Wanneer wordt dit besluit uiterlijk gecommuniceerd?	In de raamovereenkomst artikel 2.3 staat 3 maanden. Aangezien de gemeente gehouden is aan de aanbestedingsplicht zou dit 6 maanden van tevoren gecommuniceerd moeten worden.	12-5-2026
15	Paragraaf 2.9 / Bijlage F — SROI 5%	Het Social Return-percentage van 5% van de opdrachtwaarde dient ingevuld te worden. Wordt deze 5% berekend over de werkelijk gefactureerde omzet of over de maximale raamovereenkomstwaarde van € 480.000?	Deze wordt berekend over de gefactureerde omzet.	12-5-2026
16	Bijlage F — Invullingsvormen	Welke vormen van SROI-invulling worden geaccepteerd binnen de regio Voorne-Putten/Rijnmond? Tellen bijvoorbeeld stage- en leerwerkplekken, inhuur via een sociale onderneming, of inkoop bij PSO-30+ gecertificeerde leveranciers ook mee?	De stage en leerwerkplekken, sociaal inkopen bij sociale ondernemingen en inkoop bij PSO 30+ gecertificeerde leveranciers tellen mee als invulling van de SROI-verplichting. De exacte waardering en voorwaarden zijn afhankelijk van het contract en de toepasselijke waarderingregels. Afstemming met de SROI-adviseur is aan te raden.	12-5-2026

17	Bijlage F — Bouwblokkenmethode	Wordt gewerkt met de bouwblokkenmethode of een andere systematiek voor de waardering van SROI-inzet? En hoe wordt deze gerapporteerd — via Wij3.0, een ander platform, of een eigen registratiesysteem van de gemeente?	De registratie, monitoring en verantwoording van deze activiteiten verloopt via het registratiesysteem Wizzr. Hierin worden de activiteiten met de benodigde bewijsstukken opgevoerd.	12-5-2026
18	Paragraaf 2.9 — Boete 125%	De boete bij niet-realiseren bedraagt 125% van het openstaande SROI-bedrag. Is er een hardheidsclausule of inspanningsverplichting wanneer aantoonbaar te weinig geschikte kandidaten beschikbaar zijn binnen de regio?	Het uitgangspunt is dat de opdrachtnemer verantwoordelijk blijft voor het realiseren van de SROI-verplichting. Wanneer blijkt dat de invulling via regulieren plaatsingen niet mogelijk is door een tekort aan geschikte kandidaten, wordt verwacht dat de opdrachtnemer tijdig in overleg treedt met de SROI-adviseur en onderzoekt welke alternatieve invullingsmogelijkheden (eventueel maatschappelijke activiteiten, samenwerken met erkenden sociale ondernemers etc.) beschikbaar zijn. Er geldt geen automatische vrijstelling van de verplichting. Wel kan bij aantoonbare inspanningen en bijzondere omstandigheden maatwerk worden toegepast.	12-5-2026
19	Algemeen	Wordt het Huisstijl handboek (bijlage I) volledig ter beschikking gesteld vóór het indienen van de offerte, inclusief broncomponenten (logo's, lettertypes, kleurprofielen, sjablonen)? Dit is essentieel voor het opstellen van het voorstel cover + bladspiegel.	Het huisstijl handboek dat is aangeleverd, geeft de gevraagde info. Logo's kunnen worden aangeleverd.	12-5-2026
20	Bijlage G — Tussentijdse opzegging	Kan de raamovereenkomst tussentijds worden opgezegd door de opdrachtgever, en zo ja onder welke voorwaarden en met welke opzegtermijn? Geldt er een vergoedingsregeling bij voortijdige beëindiging zonder toerekenbare tekortkoming?	Er is een opzegtermijn van 3 maanden meegenomen in de raamovereenkomst. Er is hierbij geen sprake van een vergoedingsregeling bij voortijdige beëindiging.	12-5-2026
21	4.3.3. score pagina 18	In de leidraad, onder paragraaf 4.3.3, schrijft u: “Minimaal één referentie moet betrekking hebben op een culturele instelling, gemeente, onderwijsinstelling of andere publieke organisatie.” Bij de beoordelingscriteria op pagina 18 geeft u bij de maximale score van 100 punten aan: “Drie of meer zeer relevante referenties, inclusief ervaring met culturele instellingen en campagnes.” Wij concluderen hieruit dat uitsluitend ervaring met culturele instellingen en campagnes kan leiden tot de maximale score. Naar onze mening is het zwaarder waarderen van bureaus met ervaring binnen culturele instellingen disproportioneel. Een bureau dat bijvoorbeeld magazines, periodieken of campagnes ontwikkelt voor gemeenten, onderwijsinstellingen of andere publieke organisaties beschikt immers over vergelijkbare competenties en ervaring. Kunt u bevestigen dat referenties voor magazines, periodieken en campagnes binnen de publieke sector — eventueel met culturele of maatschappelijke onderwerpen — gelijkwaardig worden beoordeeld aan referenties voor culturele instellingen en campagnes?	De passage bij de maximale score (“inclusief ervaring met culturele instellingen én campagnes”) is bedoeld als voorbeeld van een zeer relevante referentie, niet als een exclusieve voorwaarde. Referenties voor magazines, campagnes of socialmediabeheer binnen de publieke sector — waaronder gemeenten, onderwijsinstellingen en andere publieke organisaties — worden gelijkwaardig beoordeeld aan referenties voor culturele instellingen, mits zij qua aard, omvang en samenstelling vergelijkbaar zijn met de opdracht. De maximale score kan dus ook worden behaald met referenties uit andere publieke domeinen, zolang deze de gevraagde onderdelen (grafische vormgeving, campagneontwikkeling en socialmediabeheer) integraal bevatten en vergelijkbaar zijn met de opdracht voor Theater de Stoep.	27-5-2026
22	Beheer social media	Wat verstaat u onder het beheren van Social media? Behoort daar ook het instellen van betaalde online campagnes bij?	Wij zetten momenteel Facebook en Instagram in als belangrijkste social media kanalen voor de promotie van het theaterprogramma. Het beheren richt zich op het verhogen van de zichtbaarheid van voorstellingen, stimuleren van kaartverkoop en publieksbinding. We verwachten dat de opdrachtnemer zorgdraagt voor promotie van voorstellingen en evenementen,aankondigingen, video- en beeldcontent, sfeerbeelden, actuele nieuwsberichten, seizoenscampagnes, thematische content en winacties. De hoeveelheid promotie per voorstelling is afhankelijk van beschikbare content en actuele ontwikkelingen. Veel materiaal krijgen we aangeleverd of maken we zelf maar we verwachten ook van opdrachtnemer dat deze zelf materiaal kan aanmaken. Voor betaalde online campagnes wordt een budget afgesproken en ingezet in overleg met of op verzoek van De Stoep.	28-5-2026

23	Selectieleidraad, selectiecriteria (paragraaf 4.3.3 pagina 17 en 18)	Vraag 1: Kunt u duidelijke criteria geven op basis waarvan de punten per referentie worden toegekend? Maw: wat zijn de criteria op basis waarvan 30, 50 of 100 punten worden toegekend / kunt u de waarderingen 'beperkt', 'goed vergelijkbaar', 'passend' en 'zeer relevant' kwantificeren? Vraag 2: bijlage C. U vraagt per referentie een omschrijving van de werkzaamheden, in te vullen in bijlage C. Is er een maximum aantal woorden die de indiener tot zijn beschikking heeft bij het kopje 'omschrijving project' in bijlage C of is het aantal woorden onbeperkt? Vraag 3: is er een mogelijkheid om in bijlage C beeldmateriaal (zowel statisch als film) toe te voegen ter illustratie van de case? Zo ja zijn er randvoorwaarden en welke?	De beoordeling van de referenties vindt plaats op basis van de mate van vergelijkbaarheid met de uitgevraagde opdracht. De volgende criteria worden gehanteerd: **30 punten – Beperkte relevantie of beperkte omvang** De drie ingediende referenties tonen wel ervaring aan, maar niet alle gevraagde onderdelen (grafische vormgeving, campagneontwikkeling, socialmediabeheer) komen voldoende terug. De referenties zijn beperkt vergelijkbaar qua aard of omvang (bijv. incidentele opdrachten, beperkte inzet, of alleen deelactiviteiten). De referenties tonen niet of beperkt ervaring met geïntegreerde opdrachten. **50 punten – Goed vergelijkbare referenties** Minimaal drie referenties tonen alle gevraagde onderdelen aan, verdeeld over de referenties. Minimaal één referentie bevat alle drie de onderdelen geïntegreerd (vormgeving + campagne + social media). De referenties zijn inhoudelijk en qua omvang goed vergelijkbaar met de opdracht. De referenties tonen ervaring met publieke of private opdrachtgevers. **100 punten – Zeer relevante referenties** De drie referenties tonen alle gevraagde onderdelen aan, waarvan minimaal één referentie een geïntegreerde opdracht betreft die qua aard en omvang sterk overeenkomt met de opdracht. Minimaal één referentie betreft een publieke organisatie (zoals een culturele instelling, gemeente, onderwijsinstelling of andere publieke organisatie). De referenties tonen ervaring met campagnes van vergelijkbare complexiteit, inclusief vormgeving, campagneontwikkeling en socialmediabeheer. De referenties sluiten aantoonbaar aan op de frequentie, diversiteit en schaal van de opdracht voor Theater de Stoep.	28-5-2026
24	Vragen ten aanzien van de leidraad	- Met wie vindt er aan Theater De Stoep zijde afstemming plaats over de social media content in de dagelijkse praktijk? - Wat verstaat Theater De Stoep onder beheer van social media? We zijn benieuwd of dit over het letterlijk in beheer nemen van de kanalen, of dat het gaat om de contentproductie en eventuele procesmatige aansturing van marcom collega('s) intern, of wellicht een combinatie van beiden? Staan jullie open voor een onboarding proces rondom de social kanalen, mocht daar nu nog geen aangewezen persoon voor zijn? Welke doelstellingen zijn gekoppeld aan de online uitingen? De referenties worden nu alleen tekstueel uitgevraagd. Mogen we hier een visuele bijlage aan toevoegen? En zo ja, in welke vorm is dit gewenst?	Afstemming vindt plaats met hoofd marketing en overige marketingmedewerkers al naar gelang behoefte. Beheer als in dagelijks zelfstandig door opdrachtnemer plaatsen van relevante berichten op de socials, alsmede vormgeven van de weekagenda's, evt. campagnes enz, voor het overgrote deel gevoed door info via de afdeling marketing. Uitvoer ligt bij opdrachtgever.	29-5-2026
25	Dekking kerncompetenties — één referentie of meerdere?	Selectieleidraad paragraaf 4.3.3 benoemt drie kerncompetenties (grafische vormgeving promotiemateriaal, campagneontwikkeling, social media beheer). Bijlage C Formulier Referenties Kerncompetenties vraagt referenties op deze kerncompetenties. Wij verzoeken om verduidelijking: dient één referentieopdracht alle drie de kerncompetenties gezamenlijk aan te tonen, of mag een inschrijver per kerncompetentie een afzonderlijke referentieopdracht indienen (maximaal drie referenties in totaal)?	De drie gevraagde thema's mogen over verschillende referenties worden verdeeld. Het is dus toegestaan dat bijvoorbeeld referentie 1 betrekking heeft op grafische vormgeving, referentie 2 op campagneontwikkeling en referentie 3 op socialmediabeheer. Wel geldt dat minimaal één referentie alle drie de onderdelen bevat (grafische vormgeving, campagneontwikkeling én socialmediabeheer), omdat de opdracht voor Theater de Stoep een geïntegreerde aanpak vereist. Hiermee blijft de eis proportioneel en in lijn met de Gids Proportionaliteit. Bij de beoordeling wordt gekeken naar de mate van vergelijkbaarheid met de opdracht. Referenties die meerdere onderdelen combineren en qua aard en omvang aansluiten bij de opdracht worden hoger gewaardeerd.	31-5-2026

26	Invulling cultuur-eis bij referentieopdrachten	De Selectieleidraad vereist dat ten minste één referentieopdracht is uitgevoerd voor een culturele instelling. Wij verzoeken om verduidelijking van het begrip "culturele instelling". Worden hieronder ook gerekend: (a) een samenwerkingsverband tussen een culturele instelling en een derde partij, waarbij de culturele instelling als eindgebruiker fungeert; (b) opdrachten voor een terugkerend cultureel evenement (zoals een comedy-reeks of festival), waarbij de opdrachtgever een stichting of programmeur is die samenwerkt met meerdere culturele podia?	Onder het begrip “culturele instelling” verstaan wij organisaties die primair actief zijn binnen de culturele sector, zoals theaters, podia, musea, culturele centra, festivals, kunstinstellingen en vergelijkbare organisaties die culturele activiteiten organiseren, programmeren of faciliteren. De volgende situaties vallen ook onder dit begrip, mits de referentie inhoudelijk vergelijkbaar is met de opdracht en de culturele instelling of het culturele evenement aantoonbaar de doelgroep of eindgebruiker is: (a) Samenwerkingsverbanden met een culturele instelling Ja. Wanneer een opdracht is uitgevoerd in samenwerking met een culturele instelling en deze instelling als eindgebruiker of doelgroep fungeert, kan de referentie worden aangemerkt als een referentie voor een culturele instelling. Voorwaarde is dat de Gegadigde aantoonbaar werkzaamheden heeft verricht die betrekking hadden op de culturele component van de opdracht. (b) Opdrachten voor terugkerende culturele evenementen Ja. Opdrachten voor terugkerende culturele evenementen (zoals festivals, comedy-reeksen, programmeringsreeksen of andere culturele activiteiten) vallen eveneens binnen de definitie, ook wanneer de formele opdrachtgever een stichting, programmeur of andere organisatie is die samenwerkt met culturele podia. Van belang is dat het evenement cultureel van aard is en dat de werkzaamheden van de Gegadigde betrekking hadden op de promotie, vormgeving, campagneontwikkeling of socialmediabeheer van dat culturele evenement.	31-5-2026
27	Huidige situatie (paragraaf 2.4)	Indien uitbesteden niet verplicht was, zou u de huidige situatie handhaven?	Ja. Er is een goede samenwerking met de huidige partij. Aan de andere kant biedt een aanbesteding ook weer kansen en mogelijkheden.	1-6-2026
28	Referentieopdrachten (paragraaf 4.3.3)	In paragraaf 4.3.3 wordt gevraagd om minimaal drie referentieopdrachten met betrekking tot grafische vormgeving van promotiemateriaal, campagneontwikkeling en social media beheer. Dienen alle drie de referentieopdrachten aan alle bovengenoemde onderdelen te voldoen, of mogen de genoemde kerncompetenties verdeeld zijn over meerdere referentieopdrachten?	De drie gevraagde thema’s mogen over verschillende referenties worden verdeeld. Het is dus toegestaan dat bijvoorbeeld referentie 1 betrekking heeft op grafische vormgeving, referentie 2 op campagneontwikkeling en referentie 3 op socialmediabeheer. Wel geldt dat minimaal één referentie alle drie de onderdelen bevat (grafische vormgeving, campagneontwikkeling én socialmediabeheer), omdat de opdracht voor Theater de Stoep een geïntegreerde aanpak vereist. Hiermee blijft de eis proportioneel en in lijn met de Gids Proportionaliteit. Bij de beoordeling wordt gekeken naar de mate van vergelijkbaarheid met de opdracht. Referenties die meerdere onderdelen combineren en qua aard en omvang aansluiten bij de opdracht worden hoger gewaardeerd.	1-6-2026
29	Deelopdrachten (paragraaf 2.10)	Hoeveel opdrachten of campagnes worden naar verwachting jaarlijks via losse deelopdrachten verstrekt binnen de raamovereenkomst?	Zie paragraaf 2.6 van de selectieleidraad.	1-6-2026
30	Raamovereenkomst (paragraaf 2.8)	Is exclusiviteit van toepassing voor perceel 1 gedurende de looptijd van de raamovereenkomst?	Ja. Voor perceel 1 geldt gedurende de looptijd van de raamovereenkomst exclusiviteit voor de opdrachtnemer. Dit betekent dat opdrachten die onder perceel 1 vallen in beginsel uitsluitend aan de opdrachtnemer worden verstrekt. Indien zich echter een situatie voordoet waarin de opdrachtnemer een opdracht niet kan uitvoeren, niet binnen de gestelde termijn kan realiseren of niet naar tevredenheid kan uitvoeren, behoudt de opdrachtgever het recht om deze specifieke opdracht buiten de raamovereenkomst te gunnen. Dit betreft uitsluitend uitzonderingssituaties en wordt door de opdrachtgever gemotiveerd toegepast. Deze werkwijze waarborgt enerzijds de gewenste continuïteit en efficiëntie van een exclusieve raamovereenkomst, en anderzijds de noodzakelijke flexibiliteit om de continuïteit van de dienstverlening te kunnen borgen.	1-6-2026
31	Operationele uitvoering (paragraaf 2.6 en 2.8)	Hoe wordt omgegaan met spoedopdrachten en welke responstijden worden daarbij verwacht?	Spoedopdrachten moeten zeker mogelijk zijn. Ook voor wat betreft plaatsingen op de socials. Responstijd is afhankelijk van onderwerp, maar een eerste reactie wordt in ieder geval in het zelfde dagdeel verwacht. Communicatiemogelijkheden via telefoon, whatsapp en e-mail.	1-6-2026
32	Drukwerk en distributie (paragraaf 2.6)	Wordt van de opdrachtnemer verwacht dat deze volledig verantwoordelijk is voor drukwerkcoördinatie, verzending én distributie, of blijft een deel hiervan bij de gemeente/theaterorganisatie belegd?	Verantwoordelijkheid ligt volledig bij opdrachtnemer.	1-6-2026
33	Huisstijl en bronbestanden (paragraaf 2.6, bijlage I)	Zijn er bestaande templates, ontwerpbestanden en bronbestanden beschikbaar voor overdracht aan de toekomstige opdrachtnemer?	Nee, alleen huisstijlhandboek	1-6-2026

34	Samenwerking en governance (paragraaf 2.6)	Is er sprake van vaste aanspreekpunten en interne lijnen voor goedkeuring vanuit Theater de Stoep en/of Gemeente Nissewaard gedurende de contractperiode?	Communicatie verloopt via hoofd marketing (vwb eindgoedkeuring) en in de uitvoer met de marketingmedewerkers.	1-6-2026
35	Social media beheer (paragraaf 2.6)	Kan inzicht worden gegeven in huidige social media kanalen, huidige aantallen volgers per kanaal, gemiddeld advertentiebudget per jaar, kpi's en resultaten?	Wij zetten Facebook en Instagram in als de belangrijkste social media kanalen voor de promotie van het theaterprogramma, met 12.000 volgers op Facebook en 11,3 duizend volgers op Instagram. In 2025 realiseerden wij een gemiddelde volgersgroei van 30% op Facebook en 3,3% op Instagram. Social media wordt ingezet om voorstellingen zichtbaar te maken en bezoekers naar de ticketpagina te leiden, met gemiddeld 10 tot 15 berichten per week. De frequentie van berichten is seizoensafhankelijk: tijdens vakantie- en sluitingsperiodes van het theater wordt minder geplaatst, terwijl bij de start van de kaartverkoop voor het nieuwe seizoen juist meer berichten worden ingezet om het aanbod breed onder de aandacht te brengen. De contentmix bestaat uit aankondigingen, promoties, sfeerbeelden, video's en actuele nieuwsitems over artiesten of voorstellingen. Belangrijke KPI's zijn bereik, interacties, volgersgroei en websiteklikken. In 2025 realiseerden onze berichten op Facebook een totaalbereik van 63,4 duizend personen (80% van de doelgroep), 12,8 duizend interacties (74,2%) en 37,3 duizend doorverwijzingen naar de ticketwebsite (52%). Op Instagram behaalden wij een totaalbereik van 153,5 duizend personen (134%), 2,6 duizend interacties (100%) en 1,8 duizend doorverwijzingen naar de ticketwebsite (150%). Voor de socialmediakanalen is een maandelijks budget vastgesteld, terwijl advertentiecampagnes daarbovenop in overleg met of op verzoek van Theater De Stoep apart worden bepaald en ingezet. De hoeveelheid promotie per voorstelling is afhankelijk van beschikbare content en actuele ontwikkelingen; hoe meer materiaal beschikbaar is, hoe vaker en uitgebreider een voorstelling onder de aandacht wordt gebracht, waardoor de zichtbaarheid en betrokkenheid optimaal worden ondersteund.	1-6-2026
36	Scope social media (paragraaf 2.6)	Kan worden verduidelijkt welke werkzaamheden exact vallen onder "het onderhouden van de socials"? Wordt hierbij uitsluitend operationele uitvoering verwacht of ook strategisch campagneadvies?	Beide.	1-6-2026
37	Scope opdracht (paragraaf 2.5 en 2.6)	Kan een indicatie worden gegeven van de gemiddelde jaarlijkse inzet in uren voor vormgeving, social media beheer, campagneontwikkeling, projectmanagement, correctierondes?	Nee	1-6-2026
38	Duurzaamheid (paragraaf 2.2)	Zijn er aanvullende duurzaamheidseisen of certificeringen gewenst ten aanzien van drukwerkpartners, papiergebruik of logistiek?	Nee	1-6-2026