

Ref. Nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	4.6.2. Certificeringen	U vraagt: "Gegadigde dient gedurende de looptijd van de overeenkomst te beschikken over adequate managementsystemen die borging van kwaliteit en continuïteit in de uitvoering van de opdracht waarborgen. Gegadigde dient in het bezit te zijn van een geldige ISO 9001 certificering of gelijkwaardig gedurende de maximale looptijd van de overeenkomst." Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst om deze eis te laten vervallen, dan wel te herzien en onderbouwt dit verzoek als volgt: De markt voor communicatie-/campagnebureaus waarop deze aanbesteding zich richt, bestaat voor een groot deel uit bureaus in het MKB-segment. ISO 9001-certificering is binnen deze branche niet gebruikelijk en sluit daarmee veel bureaus uit voor deelname/inschrijving. Een bureau dat aantoonbaar uitstekende communicatie/campagnedienstverlening levert, wat blijkt uit de referenties, klanttevredenheid en behaalde resultaten, maar niet over een ISO-certificaat beschikt, zou dan buiten de boot vallen. Het is gegadigde niet duidelijk welk aanvullend inzicht ISO-certificering biedt in de kwaliteit van strategisch communicatie/campagneadvies en creatieve dienstverlening. Mocht u deze eis alsnog intact willen laten, dan willen wij u dringend vragen om de eis aan te passen en het mogelijk te maken dat een winnend bureau binnen 6 maanden na uiteindelijke gunning een ISO 9001 certificaat kan overleggen, teneinde bureaus niet voortijdig onnodig op werk en kosten te jagen mocht de aanbesteding niet worden gewonnen.	Deze eis blijft onverkort van kracht, u dient bij uw inschrijving aan te tonen te beschikken over een geldig ISO9001 certificaat of een gelijkwaardig kwaliteitssysteem. Hoe u deze gelijkwaardigheid aan kunt tonen is beschreven in paragraaf 4.6.2 van de selectie leidraad.
2	4.6.1. Kerncompetenties - Kerncompetentie 1	Is het van belang dat wanneer een mediabureau als Derde wordt ingeschreven, ditzelfde mediabureau ook heeft bijgedragen aan de case die wordt aangeleverd voor kerncompetentie 1? Of omgekeerd: als een extern mediabureau dat is ingeschakeld door de opdrachtgever heeft meegewerkt aan een case, omdat zij de inkoop van media hebben gedaan, (wat voor heel veel bureaus het geval zal zijn) moeten zij dan automatisch als Derde worden opgegeven?	Nee, dat is niet nodig.
4	4.6.1. Kerncompetenties	Wordt er meegewogen in de beoordeling en puntenwaardering of de case een mobiliteitscase is, of maakt dit niet uit en kan een andere case die ook aan de eisen voldoet net zoveel punten scoren?	De beoordeling van de referentiecampagne is op aanpak en resultaten niet op onderwerp/ thema.
6	2.6 Welke werkzaamheden vallen buiten de Opdracht	Bij 2.6 'Welke werkzaamheden vallen buiten de Opdracht' staat dat gedragsonderzoek geen vast onderdeel uitmaakt van de werkzaamheden binnen deze overeenkomst. Indien de opdrachtgever van oordeel is dat gedragsanalyse of gedragsonderzoek ondersteunend kan zijn aan de uitvoering van een campagne of interventie, kan de opdrachtgever de opdrachtnemer verzoeken hiervoor een voorstel te doen. De opdrachtnemer kan hiervoor, na voorafgaande schriftelijke instemming van de opdrachtgever, gespecialiseerde derden inschakelen. Kunt u aangeven in hoeverre het wenselijk is om vooraf een gespecialiseerd gedragsbureau als onderaannemer te betrekken indien dit specialisme onvoldoende of niet in huis is?	U hoeft niet zelf over capaciteit voor gedragsonderzoek te beschikken (al dan niet via een onderaannemer). Gedragsonderzoek vormt geen vast onderdeel van de opdracht. Aanvullend gedragsonderzoek ten behoeve van de campagne komt incidenteel voor en mag op afroep worden ingevuld. Voor de invulling van de campagne maken we gebruik van de inzichten uit de rapportage Rapportage Gedragsverandering in mobiliteit (bijlage 3b), al dan niet aangevuld met deskresearch en kwantitatieve enquête (bijvoorbeeld via nulmeting trackingonderzoek) gericht op huidig gedrag en gedragbepalers. De uitvoering en aansturing daarvan ligt bij opdrachtgever. Incidenteel doen wij breder gedragsonderzoek, met name vanuit deelprogramma's van Aanbestedende dienst.
7	Algemeen	Voorziet u belemmeringen om de ingeslagen weg voort te zetten met een nieuw bureau en hoe zou dat opgevangen kunnen worden?	Nee. Er is genoeg ruimte binnen het concept om met een nieuw bureau verder te werken.

8	Selectieleidraad - Algemeen	Hoe ziet Aanbestedende dienst de verhouding tussen merkcampagnes verkeersverwachtingen.nl en tijdelijke hinder-/activatiecampagnes?	Uit de ervaring van de afgelopen 4 jaar is deze verdeling: Hinder/activatie circa 80% en merk (always on) circa 20% geweest. Hoe de verhouding voor toekomstige projecten zullen zijn, is afhankelijk van veel factoren en is niet op voorhand te benoemen. Aan de vermelde verhouding kunnen geen rechten ontleend worden.
9	Selectieleidraad - Algemeen	Kan Aanbestedende dienst toelichten hoe zwaar regionale kennis van Utrecht/Amersfoort meeweegt in de beoordeling tijdens de gunningsfase?	Regionale kennis weegt niet mee in de beoordeling tijdens de gunningsfase.
10	Referentieformulier	Is het toegestaan een referentie op te voeren van een non-branded campagne die volledig maatschappelijk van aard is en helemaal voldoet aan de eisen van de referentie, die in opdracht was van een commerciële partij in samenwerking met maatschappelijke (non-profit) organisaties.	Ja, dit is toegestaan.
12	Selectieleidraad	Ons kwaliteitssorgsysteem is verwerkt in een kwaliteitshandboek. Dit is ook voldoende zoals u stelt in uw leidraad. We willen dit graag nog even bevestigd krijgen dat dit voldoende is om op te voeren als alternatief voor de ISO 9001 certificering.	In de selectieleidraad is het volgende opgenomen: "Bij de Aanmelding dient u het geldige ISO 9001 certificaat op Tendermed te uploaden of een beschrijving van uw kwaliteitssorgsysteem op maximaal 5 A4 formaat lettertype Arial met puntgrootte 10". Op basis van de door uw organisatie ingediende documenten beoordelen wij of uw kwaliteitssysteem voldoet aan de gestelde eisen, die zijn opgenomen in de selectieleidraad paragraaf 4.6.2.
13	Selectieleidraad - Algemeen	Hoe beoordeelt Aanbestedende dienst de verhouding tussen strategische gedragskennis en operationele campagne-executie binnen de huidige campagne?	Merkbekendheid en bereik.
14	Gunningsfase	Welke KPI's of succesfactoren hebben binnen de always-on strategie het meeste prioriteit: bereik, merkbekendheid, gedragintentie of gedragsverandering?	Merkbekendheid en bereik.
15	Achtergrondinformatie	Is er iets te zeggen over het succes van de campagne tot nu toe (resultaten en cijfers) en maakt dit duidelijk waar de focus voor de doorontwikkeling van de campagne zou moeten liggen?	Aanbestedende dienst deelt in deze fase van de aanbesteding geen nadere inhoudelijke resultaten, KPI's of detailcijfers van eerdere campagnes. Deze informatie is voor de selectiefase niet noodzakelijk voor het indienen van een aanmelding. Wel verwijst Aanbestedende dienst naar het publiek beschikbare jaaroverzicht, waarin op hoofdlijnen een beeld wordt gegeven van de activiteiten, bereikte doelgroepen en resultaten van het programma. In de vervolgfase van de aanbesteding kan, voor zover relevant voor de uitvoering van de opdracht, nadere informatie over eerdere campagne-inzet, evaluaties en inzichten beschikbaar worden gesteld aan de geselecteerde partijen.
16	Selectieleidraad – par. 4.6.2 Certificeringen	Stel dat een Gegadigde in combinatie met een ander bureau inschrijft. Is het dan voldoende als een van de combinanten voldoet aan de eis van een geldige ISO 9001 certificering of gelijkwaardig?	Ja, mits in de uitvoering van de dienstverlening gewerkt wordt volgens de ISO9001-certificering, dan wel het gelijkwaardige kwaliteitssysteem.
17	Selectieleidraad – par. 4.6.2 Certificeringen	Stel dat een Gegadigde met een onderaannemer inschrijft. Is het dan voldoende als alleen de hoofdaannemer voldoet aan de eis van een geldige ISO 9001 certificering of gelijkwaardig?	Zie antwoord 16.
18	Weging prijs (G2)	Jullie geven aan dat G2 (prijs) voor 20% meeweegt in de beoordeling. Kunnen jullie aangeven of er een bandbreedte voor de tarieven zal zijn? Zo ja, wat is deze bandbreedte?	Op dit moment is nog niet bekend op welke wijze het gunningscriterium Prijs wordt ingevuld in de gunningsleidraad.
19	Indexeren uurtarieven	Worden de uurtarieven jaarlijks geïndexeerd?	Zie antwoord 18, mocht er sprake zijn van uurtarieven dan wordt een indexeringsregeling opgenomen in de gunningsleidraad.
20	Ontbrekende tekst pagina 32	Op pagina 32 lijkt onder het kopje 'Minimumeis' een stuk tekst weggevalen te zijn. Wat moet hier staan?	De zinsnede: " ...dient 1 referentie opgegeven te worden met de gevraagde kerncompetenties. " is per abuis blijven staan en dient als niet geschreven beschouwd te worden.
21	Indienen referenties (bijlage 2)	Klopt het dat wanneer één referentie wordt ingediend voor zowel kerncompetentie 1 als kerncompetentie 2, er onder kerncompetentie 2 in Bijlage 2 niets ingevuld hoeft te worden? En dat de beschikbare 3.000 woorden onder kerncompetentie 1 gebruikt mogen worden om beide kerncompetenties toe te lichten? Of dient Bijlage 2 tweemaal ingevuld te worden — één keer onder kerncompetentie 1 en één keer onder kerncompetentie 2 — waarbij de toelichting telkens wordt toegespitst op de betreffende kerncompetentie?	Zoals gesteld in paragraaf 4.8, te weten: "Echter, als beide gevraagde kerncompetenties in 1 referentie aanwezig zijn, dan heeft u de optie om op Bijlage 2 (Format 2 kerncompetenties – 2 referenties) bij Referentie 1 kerncompetentie 1 uit te werken en bij Referentie 2 (welke dan dezelfde is als Referentie 1) kerncompetentie 2 uit te werken. Het is aan Gegadigde zelf om te bepalen of met 1 of met 2 referenties in te schrijven." Oftewel, uw interpretatie: "Of dient Bijlage 2 tweemaal ingevuld te worden — één keer onder kerncompetentie 1 en één keer onder kerncompetentie 2 — waarbij de toelichting telkens wordt toegespitst op de betreffende kerncompetentie?" is correct.
22	Selectieleidraad 2.4 Aard van de opdracht	Kunt u een overzicht geven van de mediakanalen en middelen die de afgelopen twee jaar per deelcampagne zijn ingezet?	Social (Meta), online banners, printadvertenties in regionaal dagblad (AD) en lokale kranten, regionale radio (omroep Gelderland, RadioM), online artikel Indebuurt, Slim Reizen challenges via een mobiliteits-app.

23	Selectieleidraad 2.4 Aard van de opdracht	Kunt u de meetmethodiek en de resultaten van het trackingonderzoek van Verkeersverwachtingen.nl uit de periode 2023–2025 delen, inclusief de gemeten gedragsverandering in %?	Zie antwoord op vraag 15.
24	Selectieleidraad 4.6.2 Certificeringen	Indien inschrijver als combinatie van twee partijen inschrijft, is het dan voldoende dat één van deze twee partijen een ISO 9001 certificering heeft?	Zie antwoord 16.
25	Selectieleidraad 4.6.2 Certificeringen	Dienen onderaannemers ook een ISO 9001 certificering te hebben?	Zie antwoord 16.
26	Huidig bureau	Met welk bureau / bureaus werkt Aanbestedende dienst op dit moment samen voor deze campagnedienstverlening? Eventueel onder te verdelen in de partij die verantwoordelijk is voor 1] de gedragsstrategie 2] het merk & concept en 3] het mediaplan & uitvoering van de always-on en deelcampagnes.	1. The Family (voorheen OpenNow) i.s.m. Behavior Change Group 2. The Family 3. Committed Agency.
27	Selectieleidraad 2.7 Omvang van de opdracht	Kunt u aangeven wat het totaalbudget per jaar was in de periode vanaf 2023 (met twee communicatielijnen) t/m 2025?	Voor de campagne verkeersverwachtingen (btoc) ligt het budget gemiddeld tussen de 400.000 - 600.000 euro per jaar.
28	Selectieleidraad 2.7 Omvang van de opdracht	Hoe ziet Opdrachtgever de verhouding tussen media-inkoop en ureninzet in de opdracht voor zich? Kunt u een indicatie geven hoe deze verhouding de afgelopen jaren was?	Die verhouding was gemiddeld 80 (Media) / 20 (Strategie, creatie & uitwerking en onderzoek) procent.
29	Selectieleidraad 2.6	U sluit 'structurele contentcreatie en beheer van sociale mediakanalen' expliciet uit. Valt het opstellen van campagne-specifieke social media content (organisch en betaald) voor deelcampagnes wel binnen de scope?	Ja, dit valt onder de scope van deze uitvraag.
30	Selectieleidraad 4.8	4.8 Selectie criterium 3: Begrijpen wij goed dat met 'gedragsverandering' in eis 2 mede wordt bedoeld: zelfgerapporteerde gedragsverandering of indicaties van gedragsverandering op basis van vragenlijstonderzoek?	Ja, beiden.
31	Selectieleidraad 4.8	Kunt u bevestigen dat bij selectie criterium 2 ook campagnes mogen worden opgegeven die zijn opgebouwd uit meerdere flights of campagnemomenten met tussenliggende periodes van lagere of geen zichtbaarheid, mits deze gezamenlijk onderdeel vormen van één samenhangende campagne? Veel campagnes lopen immers niet volledig aaneengesloten, maar bestaan uit een always-on laag in combinatie met losse flights of activatiemomenten.	Ja, dat is akkoord.
32	Selectieleidraad 4.8	In paragraaf 4.8 geeft u aan dat indien beide gevraagde kerncompetenties in één referentie aanwezig zijn, één referentie opgegeven dient te worden. Kunt u aangeven in welk referentieformulier in Bijlage 2 deze moet worden ingevuld?	Graag bijlage 2 invullen. De voorwaarden voor de tweede referentie zijn anders.
33	Selectieleidraad 4.6.1 kerncompetentie 2	Heeft aanbestede dienst een voorkeur voor een referentie met een van de volgende doelgroepen: forensen, werknemers, automobilisten, fietsers of OV-reizigers. Of wordt een referentie met een andere doelgroep hetzelfde beoordeeld?	Er is geen voorkeur.

34	Selectieleidraad, vraag 1. pagina 29-30	Bij Kerncompetenties worden er twee beschreven: - Kerncompetentie 1: Succesvolle cross-mediale campagne met een gedragsdoelstelling - Kerncompetentie 2: Campagne met een gedragsdoelstelling gericht op een specifieke doelgroep Bij beiden kerncompetenties wordt gevraagd om te reflecteren op resultaat (als subonderdeel). Bij selectiecriteria (kwalitatieve beoordeling pagina 32), wordt Resultaten echter als apart selectie criterium benoemd (K3). Kan opdrachtgever toelichten hoe de beoordeling van die deze K3 resultaten gedaan wordt als het geen aparte kerncompetentie is?	Aanbestedende dienst licht toe dat het selectie criterium K3 “Resultaten” aanvullend en onderscheidend wordt beoordeeld ten opzichte van de 2 kerncompetenties. De kerncompetenties 1 en 2 zijn primair bedoeld om de aard en relevantie van de referentieopdrachten te toetsen, met nadruk op de inhoudelijke ervaring (type campagne, cross-medialiteit en gedragsdoelstelling, respectievelijk doelgroepgerichtheid). Het criterium K3 “Resultaten” ziet specifiek op de mate waarin aantoonbaar effect, impact en succes van de betreffende referentieopdracht is gerealiseerd. Dit criterium weegt dus expliciet de behaalde resultaten en de onderbouwing daarvan (bijvoorbeeld bereik, effectmetingen, gedragsindicatoren of evaluatieresultaten), los van de beschrijving van de opdracht zelf. De reflectie op resultaten binnen de kerncompetenties dient ter context en onderbouwing van de referentie, maar wordt niet dubbel beoordeeld met K3. Bij K3 ligt de nadruk op de concreet aantoonbare en verifieerbare uitkomsten van de campagne en de wijze waarop deze zijn gemeten en geduid. Op deze wijze wordt geborgd dat zowel de inhoudelijke ervaring als de effectiviteit van eerdere campagnes afzonderlijk en transparant worden meegewogen in de beoordeling.
35	Selectieleidraad, Vraag 2. pagina 33 G2 Prijs	Prijs telt voor 20% mee in de beoordeling. Echter zien we geen verdere toelichting op hoe we hieraan voldoen/ wat we hiervoor moeten indienen. Kan opdrachtgever dit toelichten.	Het gunningscriterium Prijs is in deze fase van de aanbesteding (selectiefase) niet van toepassing. Dit gunningscriterium wordt verder uitgewerkt in de gunningsleidraad gunningsfase) die aan de maximaal vijf geselecteerde partijen beschikbaar wordt gesteld.
36	Grondslag voor de Social Return (SROI) verplichting	Voor deze opdracht is een SROI-verplichting opgenomen van minimaal 2% van de opdrachtwaarde Vraag: Wordt de SROI-verplichting van 2% berekend over de volledige opdrachtsom inclusief de media-inkoop (out-of-pocket kosten), of uitsluitend over de fee/bureau-uren van de opdrachtnemer?	De SROI-verplichting wordt berekend over de volledige gerealiseerde opdrachtwaarde.
37	Looptijd van de referentieopdrachten	Bij de geschiktheidseisen voor de kerncompetenties wordt geëist dat de referentie een minimale looptijd van drie (3) maanden heeft en in de afgelopen 36 maanden (deels) is uitgevoerd en geëvalueerd Vraag: Telt de initiële voorbereidings- en strategiefase mee voor de minimale looptijd van drie maanden, of heeft deze eis uitsluitend betrekking op de periode dat de campagne daadwerkelijk live/zichtbaar was?	De eis heeft betrekking op de periode dat de campagne daadwerkelijk gelopen heeft.
38	Beoordeling van het in te zetten mediabureau	In de leidraad staat dat het mediabureau bij inschrijving nog niet bekend hoeft te zijn, maar pas bij de start van de opdracht. Wel mag in de referentieomschrijving informatie worden opgenomen over een geselecteerd mediabureau Vraag: Omdat het mediabureau nog niet definitief bekend hoeft te zijn, heeft het benoemen van een beoogd mediabureau in de referentie op enigerlei wijze invloed op de score of beoordeling in de selectiefase?	Aanbestedende dienst bevestigt dat in de selectiefase het mediabureau nog niet definitief bekend hoeft te zijn, conform de tekst in de leidraad. In deze fase wordt uitsluitend beoordeeld op de referentie van de gegadigde en de mate waarin deze voldoet aan de gestelde kerncompetenties en selectiecriteria. Het eventueel benoemen van een (beoogd) mediabureau in de referentie heeft geen invloed op de beoordeling of score in de selectiefase. De eis ten aanzien van samenwerking met een mediabureau ziet, voor zover relevant, op de uitvoeringsfase van de opdracht en de nadere uitwerking in de gunningsfase (bijvoorbeeld in het plan van aanpak). Daarin kan de wijze van samenwerking binnen het uiteindelijke uitvoerende team worden beoordeeld, maar dit maakt geen onderdeel uit van de selectiecriteria.

39	Afbakening van werkzaamheden (beheer kanalen)	Het beheer van de websites (Aanbestedende dienst.nl en verkeersverwachtingen.nl) en de bijbehorende sociale mediakanalen maakt geen onderdeel uit van deze overeenkomst; dit gebeurt door het team van Aanbestedende dienst zelf Vraag: Hoe is de operationele samenwerking en de verantwoordelijkheid ingericht tussen het campagnebureau (dat de uitingen en content voor de owned media bedenkt en aanlevert) en de beheerders van Aanbestedende dienst die de kanalen beheren, met name als er strakke deadlines of last-minute wijzigingen (bijv. bij plotselinge verkeershinder) zijn?	De opdrachtnemer staat aan de lat voor het maken van de campagnecontent, creatie en advise over activering op de eigen (owned) middelen. De digitale content en middelen liggen bij een andere partij en/of het digitaal team van de opdrachtgever. De opdrachtgever staat aan de lat voor juiste coördinatie en uitvoering op dit specifieke onderdeel.
40	Discrepancie tussen Verzekeringseis en Aansprakelijkheidslimiet	In de Selectieleidraad wordt een beroepsaansprakelijkheidsverzekering geëist met een dekking van minimaal € 1.250.000,- per jaar . Echter, in de Algemene Inkoopvoorwaarden (Artikel 9) zijn aansprakelijkheidslimieten vastgesteld die afhankelijk zijn van de opdrachtwaarde, tot bijvoorbeeld maximaal € 500.000,- of € 1.500.000,- per gebeurtenis Vraag: Kunt u bevestigen dat de contractuele aansprakelijkheid van de opdrachtnemer in de praktijk te allen tijde gemaximeerd is tot het bedrag dat door de gevraagde aansprakelijkheidsverzekering wordt gedekt?	Aanbestedende dienst bevestigt dat de eis ten aanzien van de beroepsaansprakelijkheidsverzekering (minimaal € 1.250.000,- per jaar) ziet op het kunnen afdekken van eventuele schadeclaims die voortvloeien uit de uitvoering van de opdracht. De in de Algemene Inkoopvoorwaarden opgenomen aansprakelijkheidsbepalingen blijven onverkort van toepassing. De contractuele aansprakelijkheid van de opdrachtnemer is daarmee niet per definitie identiek aan of beperkt tot de dekking van de beroepsaansprakelijkheidsverzekering, maar dient in redelijkheid verzekeraar te zijn binnen de gestelde kaders. De verzekeringseis is bedoeld om te borgen dat opdrachtnemer adequaat verzekerd is voor de risico's die voortvloeien uit de opdracht, niet om de contractuele aansprakelijkheidsregeling te vervangen of te limiteren.
41	Selectieleidraad – Pagina 31	U geeft aan dat u nadere bewijsstukken kunt laten overleggen om te bepalen of de verklaringen naar waarheid zijn ingevuld. Waar doelt u hierop? Wij nemen aan dat de referenties en beoordeling door de referent en zijn/haar contactgegevens voldoende duidelijkheid moeten geven op de waarheid. Aanvullende stukken geven de inschrijver meer ruimte om duiding te geven aan een referentie en is een niet-transparante check op de inschrijving.	Wij gaan er vanuit dat de referenties en beoordeling door de referent en zijn/haar contactgegevens voldoende duidelijkheid moeten geven op de waarheid. In nu nog niet te voorziene gevallen behouden wij het recht voor nadere bewijsstukken te laten overleggen. De kans dat dit plaats zal vinden is overigens zeer klein.
42	Selectieleidraad – Pagina 32	U geeft aan dat het illustratieve materiaal ter ondersteuning van het begrip is van de referentie. Op welke wijze wordt er hier dan specifiek waarde aan gegeven? Hoe voorkomt u dat bepaalde uitingen of voorbeelden toch niet meetellen bij de beoordeling?	Aanbestedende dienst licht toe dat het illustratieve materiaal uitsluitend wordt gebruikt ter ondersteuning van het begrip van de ingediende referentieomschrijving. Het materiaal heeft geen zelfstandige beoordelingswaarde en maakt geen onderdeel uit van de scorecriteria. De beoordeling van de kerncompetenties en selectiecriteria vindt plaats op basis van de schriftelijke beschrijving van de referentieopdracht binnen de gestelde kaders, inclusief de daarin opgenomen toelichting op aanpak, doelstelling, uitvoering en resultaten. Het illustratieve materiaal wordt uitsluitend gebruikt om de context en de beschreven campagne beter te kunnen duiden. Om te borgen dat dit geen invloed heeft op de beoordeling, worden alle referenties beoordeeld aan de hand van vooraf vastgestelde en objectief toepasbare criteria, zoals opgenomen in de leidraad. Daarmee wordt voorkomen dat visuele of aanvullende uitingen een zelfstandige of onevenredige rol spelen in de beoordeling.
43	Selectieleidraad – Pagina 14	Wie voert nu de contentstrategie en de contentcreatie uit? En wat verwacht u qua samenwerking tussen het aan te besteden bureau en het bureau die deze werkzaamheden voor ogen heeft. Ook gezien op de KPI's die gesteld worden en de verantwoording voor het realiseren daarvan.	De opdrachtnemer staat aan de lat voor het maken van de campagnecontent, creatie en advise over activering op de eigen (owned) middelen. De digitale content en middelen liggen bij een andere partij en/of het digitaal team van de opdrachtgever.

44	Selectieleidraad – Pagina 16	Waarom zou u binnen drie jaar een onderhandelingsprocedure in willen zetten voor uitbreiding van de opdracht als er ook nog tot 6 jaar gewerkt kan worden met het bureau?	Aanbestedende dienst licht toe dat de genoemde mogelijkheid tot het toepassen van een onderhandelingsprocedure voor uitbreiding van de opdracht binnen drie jaar is opgenomen om flexibiliteit te behouden voor mogelijk aanvullende of gewijzigde behoeften gedurende de looptijd van de opdracht. De initiële contractduur en de mogelijkheid tot verlenging tot maximaal zes jaar bieden reeds ruimte voor een langdurige samenwerking met het geselecteerde bureau. De bepaling rondom een eventuele onderhandelingsprocedure ziet echter op situaties waarin sprake is van substantiële aanvullende opdrachten of gewijzigde omstandigheden die niet binnen de oorspronkelijke scope of bestaande contractuele afspraken kunnen worden opgevangen. Deze bepaling is daarmee bedoeld als aanbestedingsrechtelijke borging voor onvoorziene of aanvullende opdrachten, en niet als standaard voorziening of anticipatie op reguliere voortzetting van de samenwerking.
45	Selectieleidraad – Pagina 15	U geeft aan dat u de opdracht 4x kunt verlengen met 1 jaar onder dezelfde prijscondities. Wat verstaat u hier onder prijscondities en is het wel mogelijk om de uurtarieven jaarlijks te indexeren zoals gebruikelijk binnen een raamcontract dat meerdere jaren loopt.	Zie antwoord 19.
46	Selectieleidraad – Pagina 11	Vraag: U werkt nu samen met één leverancier voor deze campagne, wie is dat op dit moment? En is deze samenwerking nu naar tevredenheid? En op welke wijze kunt u een gelijk speelveld borgen?	Aanbestedende dienst geeft aan dat de huidige campagne wordt uitgevoerd in samenwerking met de volgende leverancier(s): - The Family (voorheen OpenNow) in samenwerking met Behavior Change Group - Committed Agency Aanbestedende dienst doet geen uitspraken over de mate van tevredenheid over individuele leveranciers of lopende samenwerkingen. Voor de beoordeling van de inschrijvingen in deze aanbesteding geldt dat een gelijk speelveld een essentieel uitgangspunt is. Dit wordt geborgd door alle gegadigden dezelfde informatie te verstrekken via de Selectieleidraad en de Nota van Inlichtingen, en door de beoordeling uitsluitend te baseren op de vooraf vastgestelde selectiecriteria. Eventuele informatie over huidige of eerdere samenwerkingen wordt uitsluitend gedeeld voor zover dat passend is binnen de betreffende fase van de aanbesteding en noodzakelijk is voor een gelijke en transparante beoordeling van alle inschrijvers.
47	Selectieleidraad – Pagina 8	U geeft aan dat er vanaf 24 juli waarschijnlijk een uitnodiging gaat naar gegadigden voor de gunningsfase. Kunt u vooruitlopend op de uitkomst van de selectiefase alvast meenemen dat u in de planning van de gunningsfase rekening houdt met de vakantieperiode waarin u deze uitvraag uitzet. Dat er voldoende ruimte is voor bureaus, die in deze periode een lagere bezetting hebben, om een kwalitatief goede inschrijving te doen in samenwerking met de juiste medewerkers?	Wij houden in de planning van de gunningsfase rekening met vakantieperiodes.
48	Selectieleidraad	Is het ook toegestaan om (als deze voldoen aan de eisen) met 1 referentie alle geschiktheidseisen (kerncompetenties) en selectie criterium te beantwoorden?	Ja, dat is toegestaan.
49	Nadere offerteaanvraag	U geeft aan dat lopende Raamovereenkomst met de leverancier van de campagnedienstverlening in 2026 afloopt. We gaan ervan uit dat de huidige leverancier ook weer mee kan doen aan deze aanbesteding, hoe garandeert u een gelijk speelveld voor alle partijen?	De huidige leverancier mag opnieuw inschrijven. Alle documenten waarop de campagne is ontwikkeld zijn beschikbaar gesteld. Specifiek zal gevraagd worden om een doorontwikkeling op bestaande campagne. Deze volgende stap is voor alle partijen een nieuwe vraag.
50	Samenwerking	Bent u tevreden over de huidige leverancier of bent u specifiek op zoek naar een nieuwe partij? In dat laatste geval, wat zou u in een nieuwe samenwerking graag beter of anders zien?	Het is een aflopend contract. Informatie over tevredenheid of samenwerking is hier niet relevant.
51	Visuele concept	In hoeverre verwacht u dat de opdrachtnemer het bestaande visuele concept van 'Verkeersverwachtingen' doorontwikkelt of aanpast? Kunt u aangeven hoeveel ruimte er is voor optimalisatie of vernieuwing binnen de huidige merkuitgangspunten?	Het gaat om een doorontwikkeling van de campagne. Er is ruimte voor een fundamentele herpositionering en/of visuele doorontwikkeling indien u kunt dit onderbouwen.

52	Budgetverdeling	De maximale geraamde opdrachtwaarde bedraagt € 8.250.000. Kan de aanbestedende dienst een indicatie geven van de verwachte verhouding tussen budget voor strategische/campagnedienstverlening (strategie, creatie, content, activatie, onderzoek) en budget voor media-inkoop?	Aanbestedende dienst licht toe dat er geen vaste of bindende verhouding bestaat tussen de inzet van uren voor strategische/campagnedienstverlening en de inzet van budget voor media-inkoop. In eerdere campagnes is de verhouding tussen inzet van dienstverlening en media-inkoop per campagne en per fase verschillend geweest, afhankelijk van de doelstellingen, doelgroep en gekozen interventies. Een globale historische indicatie kan zijn dat in bepaalde campagnes een relatief groter aandeel van het budget naar media-inkoop is gegaan, maar dit betreft geen norm, uitgangspunt of vaste verhouding voor de onderhavige opdracht. Daarnaast maken onderdelen zoals trackingonderzoek, activatie en gedragsinterventies integraal onderdeel uit van de totale campagne-inzet, waardoor een eenduidige procentuele uitsplitsing niet altijd eenduidig is te bepalen. Zoals in de leidraad is opgenomen, betreft de totale opdrachtwaarde een maximale raming waarbinnen flexibel inzet wordt bepaald op basis van effectiviteit, doelstellingen en campagneontwikkeling. Aan deze indicaties kunnen geen rechten worden ontleend.
53	Media-inkoop	Is de aanbestedende dienst bereid de feitelijke media-inkoopkosten (advertentiebudgetten) buiten de raamovereenkomst en buiten de facturatie van de opdrachtnemer te houden, teneinde onnodige financiële risico's, voorfinanciering en opslagconstructies te voorkomen?	Aanbestedende dienst bevestigt dat de in de leidraad beschreven scope van de opdracht leidend is. Media-inkoopkosten (advertentiebudgetten), voor zover deze onderdeel zijn van de campagne-inzet, maken expliciet onderdeel uit van de raamovereenkomst en vallen daarmee binnen de opdracht en de bijbehorende financiële raming zoals opgenomen in de aanbestedingsstukken. Het is derhalve niet beoogd om deze kosten buiten de raamovereenkomst of buiten de facturatie via de opdrachtnemer te plaatsen. De gekozen systematiek is erop gericht om de uitvoering van campagnes integraal, transparant en doelmatig te organiseren binnen één contractuele context. Tegelijkertijd geldt dat de raamovereenkomst niet is bedoeld om onnodige financiële risico's of niet-passende constructies voor opdrachtnemers te creëren. De wijze van facturatie en de eventuele doorbelaste kostenstructuur wordt in de uitvoeringsfase nader uitgewerkt binnen de kaders van de leidraad en de gunningsdocumenten.
54	ISO 9001 gelijkwaardigheid	In hoofdstuk 4.6.2 wordt een ISO 9001-certificering of gelijkwaardig gevraagd. Kan worden bevestigd dat een intern kwaliteitsmanagementsysteem dat aantoonbaar is ingericht conform de ISO 9001-systematiek, in combinatie met een ISO 27001-certificering, als gelijkwaardig kan worden beschouwd?	Zie antwoord 1.
55	Vergelijkbaarheid gedragsresultaten	Voor selectiecriterium 3 wordt de mate van gedragsverandering beoordeeld. Kan worden toegelicht hoe de aanbestedende dienst de betrouwbaarheid, vergelijkbaarheid en representativiteit van aangeleverde gedragsresultaten tussen verschillende referentiecasses waarborgt, gezien verschillen in doelgroep, meetmethodiek en context?	Aanbestedende dienst licht toe dat bij selectiecriterium 3 ("Resultaten") de beoordeling plaatsvindt op basis van de mate waarin de gegadigde aantoonbaar inzichtelijk maakt welke resultaten en effecten met de referentieopdracht zijn bereikt, en op welke wijze deze zijn onderbouwd. De aanbestedende dienst onderkent dat referentieopdrachten kunnen verschillen in context, doelgroep, meetmethodiek en beschikbare data. Om die reden vindt geen vergelijking plaats op basis van absolute uitkomsten, maar wordt beoordeeld in welke mate de gegadigde de behaalde resultaten op een navolgbare, transparante en onderbouwde wijze heeft beschreven. Daarbij wordt onder meer gekeken naar: - de helderheid van de doelstellingen vooraf; - de gekozen meet- of evaluatiemethodiek; - de onderbouwing van de resultaten; - en de mate waarin aannemelijk wordt gemaakt dat sprake is van aantoonbare gedragsverandering binnen de context van de betreffende campagne. De beoordeling richt zich daarmee op de kwaliteit, geloofwaardigheid en onderbouwing van de resultaten binnen de eigen context van de referentieopdracht, niet op directe vergelijkbaarheid van absolute effectgroottes tussen verschillende referenties.

56	Referentiesystematiek Selectie criterium 2	Voor selectie criterium 2 lijkt de beoordeling plaats te vinden op basis van één referentie. Kan worden bevestigd hoe de puntentoekenning plaatsvindt indien een gegadigde twee referenties indient die gezamenlijk aantonen te voldoen aan de gevraagde ervaring en kwaliteit?	Aanbestedende dienst bevestigt dat selectie criterium 1 de mogelijkheid biedt om op twee manieren aan de gevraagde ervaring te voldoen: 1. met één referentie waarin beide kerncompetenties (cross-mediale campagne én doelgroepgerichte gedragsdoelstelling) zijn aangetoond; of 2. met maximaal twee referenties, waarbij per referentie ten minste één van de kerncompetenties wordt aangetoond. Indien een gegadigde ervoor kiest om met twee referenties in te schrijven, worden deze referenties afzonderlijk beoordeeld op de betreffende kerncompetentie die zij onderbouwen. De puntentoekenning vindt daarbij plaats per kerncompetentie op basis van de mate waarin de betreffende referentie voldoet aan de gestelde eisen. Het is derhalve niet de bedoeling dat meerdere referenties cumulatief worden samengevoegd om één kerncompetentie aan te tonen. De beoordelingssystematiek blijft daarmee consistent: de aanbestedende dienst beoordeelt per kerncompetentie of en in welke mate de gevraagde ervaring aantoonbaar is, ongeacht of deze binnen één of twee referenties wordt aangetoond.
57	Contentstrategie / structurele content	In de referentieformats wordt gevraagd naar integrale verantwoordelijkheid voor strategie, middelen, content en acties binnen crossmediale campagnes. Kan worden toegelicht hoe de aanbestedende dienst de rol ziet van structurele contentcreatie, websitebeheer en always-on content binnen de overeenkomst, en hoe de samenhang tussen campagnevoering en structurele contentborging wordt georganiseerd?	De opdrachtnemer staat aan de lat voor het maken van de campagnecontent, creatie en advies over activering op de eigen (owned) middelen zoals de website. Maar altijd alleen als onderdeel van de campagne Verkeersverwachtingen.nl. De rest ligt bij het digitaal team van Aanbestedende dienst.
58	Gedragsonderzoek	In de referentieformats wordt nadrukkelijk gevraagd naar gedragsinzichten, theoretisch onderbouwde gedragskennis en de vertaling hiervan naar interventies, middelen en acties. Tegelijkertijd lijkt gedragsonderzoek geen vast onderdeel van de overeenkomst te zijn. Kan worden toegelicht hoe de aanbestedende dienst de samenhang tussen gedragsonderzoek, strategie en uitvoering voor zich ziet, en of ruimte bestaat om gedragsonderzoek integraal onderdeel van de dienstverlening te laten zijn?	U hoeft niet zelf over capaciteit voor gedragsonderzoek te beschikken (al dan niet via een onderaannemer). Gedragsonderzoek vormt geen vast onderdeel van de opdracht. Aanvullend gedragsonderzoek ten behoeve van de campagne komt incidenteel voor en mag op afroep worden ingevuld. Voor de invulling van de campagne maken we gebruik van de inzichten uit de rapportage Rapportage Gedragsverandering in mobiliteit (bijlage 3b), al dan niet aangevuld met deskresearch en kwantitatieve enquête (bijvoorbeeld via nulmeting trackingonderzoek) gericht op huidig gedrag en gedragsbepalers. De uitvoering en aansturing daarvan ligt bij opdrachtgever. Incidenteel doen wij breder gedragsonderzoek, met name vanuit deelprogramma's van Aanbestedende dienst.
59	Onderaannemers / specialisten	In de leidraad wordt aangegeven dat de opdrachtnemer full service campagnedienstverlening moet kunnen bieden door inzet van eigen en/of extern aangetrokken specialisten. Kan worden verduidelijkt of onderaannemers en specialistische partners reeds in de selectiefase moeten worden opgegeven, of dat de opdrachtnemer de vrijheid behoudt om deze gedurende de contractuitvoering te selecteren en in te zetten?	Aanbestedende dienst licht toe dat in de selectiefase geen verplichting geldt om onderaannemers, specialistische partners of het mediabureau reeds te benoemen of vooraf vast te leggen. De beoordeling in deze fase ziet uitsluitend op de gegadigde zelf en de wijze waarop deze met referenties aantoont te voldoen aan de gestelde selectiecriteria. Het gebruik van derden, waaronder specialistische partners of mediabureaus, is toegestaan binnen de kaders van de Aanbestedingswet 2012 en de aanbestedingsstukken. De opdrachtnemer behoudt daarbij de mogelijkheid om de samenstelling van het uitvoerende team gedurende de contractuitvoering nader in te vullen, aan te passen of te optimaliseren, voor zover dit past binnen de contractuele voorwaarden en na eventuele instemming waar vereist. In de gunningsfase kan het relevant zijn dat de beoogde uitvoeringsorganisatie, waaronder de samenwerking met een mediabureau, voldoende concreet wordt gemaakt om de uitvoeringsaanpak te kunnen beoordelen binnen de daarvoor vastgestelde criteria. Dit betreft echter geen selectie-eis, maar een uitwerking binnen de gunningssystematiek. Daarmee blijft de selectiefase beperkt tot toetsing van ervaring en geschiktheid van de gegadigde zelf, zonder verplichting tot voorafgaande vastlegging van de volledige keten van onderaannemers of partners.
60	Kerncompetentie 2 – specifieke doelgroep	Voor Kerncompetentie 2 wordt gevraagd naar een campagne gericht op een specifieke doelgroep. Kan worden bevestigd dat een campagne met meerdere subdoelgroepen voldoet, mits één duidelijk afgebakende doelgroep centraal staat en de strategie, interventies en resultaten voor deze doelgroep afzonderlijk inzichtelijk worden gemaakt?	Een subdoelgroep volstaat.

61	Selectieleidraad	In de selectieleidraad wordt beschreven dat de opdracht bestaat uit het (door)ontwikkelen en uitvoeren van campagnes met een gedragsdoelstelling gericht op duurzame mobiliteit. In de regio zijn daarnaast ook andere lopende gedragsinitiatieven en -interventies actief die raakvlakken hebben met de doelstellingen van Aanbestedende dienst. Vraag 1: Valt het aanhaken op en/of inhoudelijk verbinden met lopende gedragsinitiatieven of -interventies van derden in de regio expliciet binnen de scope van de opdracht, of betreft dit werkzaamheden die buiten de overeenkomst vallen? Vraag 2: Indien dergelijke samenwerking buiten de formele scope valt — hoe verwacht Aanbestedende dienst dat de opdrachtnemer hiermee omgaat in de praktijk, en is hier een verwachting ten aanzien van afstemming of coördinatie vanuit de opdrachtnemer?	Aanbestedende dienst licht toe dat de opdracht ziet op het (door)ontwikkelen en uitvoeren van campagnes met een gedragsdoelstelling binnen de kaders van het programma Aanbestedende dienst. Vraag 1 Het aanhaken op, verbinden met of afstemmen van campagnes met lopende gedragsinitiatieven of interventies in de regio kan onderdeel uitmaken van de opdracht, voor zover dit bijdraagt aan de effectiviteit en samenhang van de campagnes. Dit betreft geen zelfstandige uitbreiding van de scope, maar kan onderdeel zijn van de reguliere strategische en operationele uitvoering. Vraag 2 De afstemming met andere initiatieven en interventies in de regio ligt primair bij het programma Aanbestedende dienst, dat hierin de regie en coördinatie voert. De opdrachtnemer wordt geacht binnen dit kader te opereren en waar relevant input te leveren en afstemming te ondersteunen. Van de opdrachtnemer wordt verwacht dat deze signalen uit de uitvoeringspraktijk deelt en, in overleg met Aanbestedende dienst, bijdraagt aan samenhang tussen campagnes en overige regionale initiatieven. De opdrachtnemer heeft daarbij geen zelfstandige regierol richting externe partijen, tenzij Aanbestedende dienst daar expliciet opdracht toe geeft.
62	Bijlage 2 - Format 2 Kerncompetenties	Kunt u een toelichting geven op de rol van de eigen communicatieadviseurs? Welke type werkzaamheden nemen zij op zich?	Opdrachtverlener, strategische bewaker van de campagne, gedragsexpertise & campagnemanagement bij voorbereiding en uitvoering.
63	Bijlage 2 - Format 2 Kerncompetenties	Kunt u toelichten hoe het advertentielandschap er uit ziet dat u tot nu toe heeft ingezet voor verkeersverwachtingen?	Social (Meta), online banners, printadvertenties in regionaal dagblad (AD) en lokale kranten, regionale radio (omroep Gelderland, RadioM), online artikel Indebuurt, Slim Reizen challenges via een mobiliteits-app.
64	Bijlage 2 - Format 2 Kerncompetenties	Wat voor soort handtekening verwacht u van de referent? Volstaat een gescande handtekening?	Ja.
65	Selectieleidraad, pagina 33	Kunt u schetsen wat u in de gunningsfase van de bureaus verwacht?	Aanbestedende dienst licht toe dat de gunningsfase is bedoeld om de inschrijvingen van geselecteerde gegadigden te beoordelen op de wijze waarop zij de opdracht inhoudelijk en organisatorisch willen uitvoeren binnen de kaders van de gunningsleidraad. In deze fase wordt van inschrijvers verwacht dat zij een concreet en realistisch voorstel uitwerken voor de uitvoering van de opdracht. Dit omvat in ieder geval de vertaling van de gevraagde dienstverlening naar een samenhangende aanpak voor strategie, creatie, productie en activatie van campagnes met een gedragsdoelstelling. Daarnaast wordt verwacht dat inschrijvers inzicht geven in hun werkwijze, waaronder de manier waarop zij samenwerken met relevante specialisten (zoals creatie, data, media en gedragsdeskundigheid), hoe zij campagnes ontwikkelen en optimaliseren, en op welke wijze zij sturen op effect en resultaat. Ook kan in de gunningsfase worden gevraagd om een nadere concretisering van samenwerking met (bijvoorbeeld) mediapartners of specialistische partijen, alsmede de wijze waarop monitoring, evaluatie en doorontwikkeling van campagnes wordt geborgd. De exacte uitvraag en beoordelingscriteria voor de gunningsfase worden nader uitgewerkt in de gunningsleidraad die aan de geselecteerde gegadigden wordt verstrekt.
66	Selectieleidraad, pagina 33	Kunt u alvast aangeven welke bandbreedte u hanteert voor de tarieven in de gunningsfase?	Zie antwoorden op de vragen 18 en 19.

67	Selectieleidraad, pagina 32	U schrijft: Indien met 1 referentie beide kerncompetenties afgedekt worden dan mag in Bijlage 2 bij referentie 1 maximaal 3.000 woorden gebruikt worden in de opdrachtomschrijving van bijlage 2 (dit is inclusief het aantal woorden dat wordt gebruikt in eventuele toegevoegde tabellen en schema's). Bedoelt u hiermee dat, in geval van dezelfde referentie, de opdrachtbeschrijving voor referentie 1 en referentie 2 samen opgenomen moet worden in de opdrachtbeschrijving van kerncompetentie 1?	Graag bijlage 2 invullen. De voorwaarden voor de tweede referentie zijn anders.
68	Selectieleidraad, pagina 32	Er is een stukje tekst weggevallen bij de 2e alinea, onder minimeis. Kunt u dit aanvullen?	Zie antwoord op vraag 20.
69	Selectieleidraad, pagina 31	Wij doen als hoofdaannemer een beroep op een derde. Zelf hebben we geen ISO 9001 certificaat, maar we denken hier met een beschrijving van ons kwaliteitssysteem aan te kunnen voldoen. Maar klopt het dat het ook is toegestaan om de ISO-certificering van de derde partij te gebruiken om te voldoen aan uw eis voor het kwaliteitssysteem?	Zie antwoord op vraag 16.
70	Selectieleidraad, pagina 31	U schrijft: Referenties worden alleen als geldig beschouwd indien de betreffende referentie-opdrachten zijn uitgevoerd door Gegadigde. In het geval van een Samenwerkingsverband (combinatie) is dit een der combinanten waarmee wordt ingeschreven op deze aanbesteding. In het geval Gegadigde een beroep doet op een Derde, is dit de Inschrijver of de betreffende Derde. Kan een opdracht als referentie worden opgevoerd, die de inschrijver en de betreffende derde gezamenlijk hebben uitgevoerd?	Aanbestedende dienst licht toe dat een referentieopdracht in beginsel kan worden opgevoerd indien deze is uitgevoerd door de gegadigde zelf of door een combinant binnen een samenwerkingsverband, dan wel door een derde waarop een beroep wordt gedaan in het kader van de geschiktheidseisen, conform de bepalingen in de selectieleidraad. Indien een opdracht gezamenlijk is uitgevoerd door de inschrijver en een derde partij, kan deze referentie uitsluitend worden opgevoerd voor zover de rol en bijdrage van de gegadigde zelf (of de combinant/ingeroepen derde zoals bedoeld in de leidraad) voldoende aantoonbaar en substantieel is binnen de uitvoering van de betreffende opdracht. De beoordeling ziet daarbij op de ervaring van de entiteit die zich inschrijft of waarop een beroep wordt gedaan. Het is niet mogelijk om een referentie als geldig aan te merken indien de rol van de inschrijver of relevante combinant/derde niet zelfstandig en herkenbaar kan worden aangetoond binnen de uitvoering van de opdracht. De beoordeling vindt steeds plaats op basis van de daadwerkelijke betrokkenheid van de inschrijvende partij(en) zoals gedefinieerd in de leidraad.
71	Selectieleidraad, pagina 30	U schrijft: De doelgroep betreft een duidelijk afgebakende groep, bijvoorbeeld forensen, werknemers, automobilisten, fietsers of OV-reizigers, maar het mag ook een andere doelgroep zijn. Mag de campagne van de referentieopdracht gericht zijn op meerdere doelgroepen, waarbij voor de referentie één doelgroep specifiek wordt uitgewerkt? Of moet dit een deelcampagne zijn die gericht is op 1 doelgroep?	Het mag ook een andere doelgroep zijn. Het is toegestaan om de campagne uit te werken voor een doelgroep, mits de onderliggende keuzes duidelijk worden.
72	Selectieleidraad, pagina 30	U schrijft: Gegadigde was verantwoordelijk voor de ontwikkeling en uitwerking van strategie, concept, middelen, content, media (advies en inkoop) en acties van een cross-mediale campagne, waarbij tenminste 2 communicatiekanalen en/of middelen zijn ingezet. Wordt aan de minimeis voldaan als de media (advies en inkoop) is ingekocht via een mediabureau?	Ja.
73	Selectieleidraad, pagina 29	Klopt onze aanname dat het aantal woorden in de A4 met illustraties (als losse bestanden toegevoegd aan kerncompetentie 1 en 2) niet samenhangt met het maximum van 1.500 woorden per referentie in bijlage 2?	ja.

74	Selectieleidraad, pagina 17	U schrijft: Voor deze opdracht wordt een SROI-verplichting opgenomen van minimaal 2% van de opdrachtwaarde. Bedoelt u hier de gerealiseerde opdrachtwaarde of de raming van € 5.500.000,- (ex btw)? En maakt het mediabudget ook onderdeel uit van de opdrachtwaarde?	Zie antwoord op vraag 36.
75	Selectieleidraad, pagina 15	Kunt u aangeven welk deel van de opdrachtwaarde is gereserveerd voor het bureau en voor de media-inzet?	Aanbestedende dienst licht toe dat de in de leidraad genoemde opdrachtwaarde een totaalbudget betreft waarbinnen alle onderdelen van de opdracht vallen, waaronder strategie, media-advies, creatie, activatie, campagne-uitvoering, monitoring en effectonderzoek, evenals media-inkoop en overige campagnekosten. Binnen deze totale opdrachtwaarde is geen vaste of vooraf vastgelegde verdeling tussen bureaunkosten en media-inkoop gedefinieerd. De inzet van middelen varieert per campagne, doelgroep en interventietype, en wordt bepaald op basis van effectiviteit, doelstellingen en actuele inzichten. In eerdere campagnes is gebleken dat de verhouding tussen bureau-inzet en media-inkoop per onderdeel kan verschillen. Historisch gezien kan in bepaalde campagnes een groter aandeel van het budget naar media-inkoop zijn gegaan, maar dit betreft geen norm of vast uitgangspunt voor de onderhavige opdracht en is niet één-op-één door te vertalen naar de totale geraamde opdrachtwaarde. Zoals in de leidraad is opgenomen, betreft de totale opdrachtwaarde een maximale raming waarbinnen flexibel wordt gestuurd op optimale inzet van middelen. Aan eventuele historische verhoudingen of indicaties kunnen geen rechten worden ontleend.
76	Selectieleidraad, pagina 15	Kunt u een inschatting maken van hoeveel gedragsonderzoek er jaarlijks zal moeten worden verricht?	Niet structureel
77	Selectieleidraad, pagina 15	Maakt het onderdeel gedragsonderzoek deel uit van de opdrachtwaarde?	Ja maakt deel uit van de opdrachtwaarde. Partij hoeft niet onderaannemer te worden.
78	Selectieleidraad, pagina 14	Klopt onze aanname dat het mediabureau onderaannemer wordt van het in te huren bureau?	Ja.
79	Selectieleidraad, pagina 11	Is er een andere reden, naast het aflopen van de lopende overeenkomst met de huidige leverancier, voor het aanbesteden van deze overeenkomst?	Nee.
80	Nieuwe aanvraag	Kunt u aangegeven wat de reden is dat er wijzigingen zijn doorgevoerd in de stukken? Wat heeft u willen bereiken met deze wijzigingen? Welke doelstellingen in de opdracht -hoopt u- worden nu beter ingevuld? We vragen dit om goed in te kunnen spelen op uw aangescherpte wensen.	Aanbestedende dienst licht toe dat de doorgevoerde wijzigingen in de aanbestedingsstukken met name toezien op verduidelijking en aanscherping van de uitvraag, eisen en selectiecriteria. Met deze wijzigingen is beoogd interpretatieverschillen te beperken en de eenduidigheid en vergelijkbaarheid van inschrijvingen te vergroten, zodat de beoordeling op een transparante en objectieve wijze kan plaatsvinden. De wijzigingen houden geen materiële wijziging van de opdracht in en laten de aard, scope en doelstellingen van de opdracht ongewijzigd. Het betreft uitsluitend een nadere precisering van de bestaande uitvraag en de wijze waarop gegadigden worden gevraagd hun ervaring en geschiktheid aan te tonen. Daarmee wordt geborgd dat de aanbestedingsprocedure binnen de oorspronkelijke kaders blijft, terwijl de leesbaarheid en uitvoerbaarheid van de stukken is verbeterd.

81	§ 4.6.1 Kerncompetentie 1 — minimumeis 'media (advies en inkoop)'	In § 4.6.1 stelt u als minimumeis bij Kerncompetentie 1 dat Gegadigde verantwoordelijk was voor "de ontwikkeling en uitwerking van strategie, concept, middelen, content, media (advies en inkoop) en acties van een cross-mediale campagne". Tegelijk schrijft u voor dat de opdrachtgever van de referentie een Nederlandse (semi-)publieke instantie moet zijn. Bij veruit de meeste Nederlandse (semi-)publieke instanties is media-inkoop structureel belegd bij een gespecialiseerd mediabureau via een separate raamovereenkomst. Het campagnebureau voert in die opzet de mediastrategie en het media-advies. De feitelijke inkoop loopt via het mediabureau. Uit § 2.5 blijkt dat u deze structuur ook zo voor zich ziet voor deze aanbesteding. De combinatie van een (semi-)publieke opdrachtgever én eigen media-inkoop bij dezelfde gegadigde leidt ertoe dat veel campagnebureaus met ruime ervaring in succesvolle cross-mediale gedragscampagnes voor (semi-)publieke opdrachtgevers geen referentie kunnen leveren die strikt aan beide eisen voldoet. Bent u bereid de minimumeis in § 4.6.1 onder Kerncompetentie 1 op het onderdeel media aan te passen van "media (advies en inkoop)" naar "media-advies", waarmee de eis aansluit op zowel de gangbare marktstructuur bij (semi-)publieke opdrachtgevers als op uw eigen voorgenomen uitvoeringsmodel onder § 2.5?	Aanbestedende dienst licht toe dat paragraaf 2.5 correct wordt gelezen: de beoogde uitvoeringsstructuur binnen deze aanbesteding is dat de opdrachtnemer als hoofdaannemer verantwoordelijk is voor de integrale campagnedienstverlening, inclusief mediastrategie, media-advies en de coördinatie met een mediabureau dat de feitelijke media-inkoop uitvoert binnen de daarvoor geldende afspraken. De eis in § 4.6.1 onder Kerncompetentie 1 dient in dit licht te worden gelezen. Met "media (advies en inkoop)" wordt bedoeld dat de gegadigde aantoonbare ervaring heeft met het integraal sturen op mediastrategie en media-inzet binnen een cross-mediale campagne, inclusief samenwerking met een mediabureau dat de feitelijke inkoop kan verzorgen. Het is daarmee niet noodzakelijk dat de gegadigde zelf de feitelijke media-inkoop heeft uitgevoerd, mits de regie, aansturing en inhoudelijke verantwoordelijkheid voor de mediastrategie aantoonbaar onderdeel waren van de referentie. Een referentie kan derhalve ook geldig zijn indien de media-inkoop in de praktijk is uitgevoerd door een (extern) mediabureau, zoals gebruikelijk is bij (semi-)publieke opdrachtgevers, mits de gegadigde verantwoordelijk was voor de mediastrategie, het media-advies en de afstemming met het mediabureau binnen de campagneaanpak. De aanbestedende dienst ziet op dit onderdeel geen aanleiding tot aanpassing van de minimumeis.
82	Selectieleidraad, p.11, 2.2 Aanleiding en doel voor de aanbesteding	Aanleiding van de aanbesteding is dat de lopende overeenkomsten met de huidige leverancier afloopt in 2026. Deze leverancier heeft in de afgelopen jaren de campagne Verkeersverwachtingen.nl ontwikkeld. Aanbestedende dienst heeft behoefte de ingeslagen weg met de gedragscampagne Verkeersverwachtingen.nl verder door te ontwikkelen en in te zetten. Mag de huidige leverancier opnieuw inschrijven op deze aanbesteding? Zo ja: welke maatregelen treft Aanbestedende dienst om een (schijn van) voorsprong door voorkennis/betrokkenheid bij de voorbereiding te voorkomen?	Zie antwoord 49.
83	Selectieleidraad, p. 20-24, paragraaf 3.6 + 3.7 + 3.8	Een Gegadigde kan zich zelfstandig aanmelden, als Samenwerkingsverband (combinatie) of een beroep doen op een Derde (bv. een onderaannemer). Heeft Aanbestedende dienst een voorkeur voor een van deze vormen of worden deze drie vormen als gelijkwaardig beoordeeld?	De drie vormen worden als gelijkwaardig beoordeeld.
84	Selectieleidraad, p. 30, 4.6 Technische en beroepsbekwaamheid	U vraagt de resultaten te beschrijven met een reflectie op de mate waarin deze overtuigen dat de gemaakte keuzes en aanpak efficiënt en effectief zijn (geweest). Kunt u toelichten wat u in deze bedoelt met efficiënt?	Aanbestedende dienst licht toe dat in de meest recente versie van de selectieleidraad de term "efficiënt" niet langer wordt gehanteerd binnen de beschrijving van de wijze waarop resultaten dienen te worden toegelicht en beoordeeld. De beoordeling van selectiecriteria 3 is daarmee uitsluitend gericht op de mate waarin de resultaten en de onderbouwing daarvan inzicht geven in de effectiviteit van de gekozen aanpak en de mate waarin gedragsdoelstellingen zijn gerealiseerd, zoals beschreven in de geldende aanbestedingsdocumenten. Indien in eerdere versies van de documenten of in de vraagstelling nog naar "efficiënt" wordt verwezen, geldt dat uitsluitend de laatst gepubliceerde versie van de selectieleidraad leidend is voor de beoordeling.
85	Selectieleidraad, p. 17, 2.12 Maatschappelijk verantwoord Opdrachtgeven & Inkopen: Duurzaamheid	De Aanbestedende dienst volgt tenminste de door de Rijksoverheid opgestelde minimumeisen met betrekking tot duurzaamheid. Wat zijn de minimumeisen? Wij zien deze niet terug bij de technische specificaties of bijzondere voorwaarden.	Aanbestedende dienst licht toe dat met de verwijzing naar rijksbrede duurzaamheidskaders wordt bedoeld op algemeen geldende rijksbeleid- en inkoopuitgangspunten, zoals onder meer het beleid rondom maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI), dat publiek toegankelijk is via de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en PIANOo (www.piano.nl). Deze verwijzing dient uitsluitend ter toelichting en nadere duiding van de gehanteerde terminologie en voegt geen aanvullende eisen toe aan hetgeen in de aanbestedingsstukken is opgenomen. De leidraad blijft leidend voor de beoordeling en uitvoering van de opdracht.

86	Selectieleidraad, Paragraaf 2.5, p. 13	Kan de opdrachtgever toelichten in hoeverre van de opdrachtnemer wordt verwacht dat deze voortbouwt op het bestaande concept en brandbook van Verkeersverwachtingen.nl, en in hoeverre ruimte bestaat voor een meer fundamentele herpositionering of visuele doorontwikkeling van het merk?	Het gaat om een doorontwikkeling van de campagne. Er is ruimte voor een fundamentele herpositionering en/of visuele doorontwikkeling indien u dit kunt onderbouwen.
87	Selectieleidraad, Paragraaf 2.4 (Uitdagingen en kansen), p. 13	De leidraad benoemt dat het kansrijk kan zijn om Verkeersverwachtingen in de creatieve uitwerking een meer menselijk gezicht te geven. Ziet de opdrachtgever dit als een gewenste strategische richting, of als een open verkenning binnen de conceptontwikkeling waarin ook andere creatieve routes mogelijk zijn?	De opdrachtgever ziet dit als een open verkenning binnen de conceptontwikkeling.
88	Selectieleidraad, Paragraaf 2.5, p. 13	Hoe weegt de opdrachtgever in de gunningsfase de balans tussen enerzijds consistente merkuitstraling en herkenbaarheid van Verkeersverwachtingen.nl en anderzijds creatieve differentiatie per doelgroep, context en campagneflight?	Dit wordt nader uitgewerkt in de gunningsleidraad.
89	Selectieleidraad, Paragraaf 2.4 (Campagne-onderdelen en Uitdagingen en kansen), p. 13 en paragraaf 2.6, p. 15	Kan de opdrachtgever verduidelijken in hoeverre van de opdrachtnemer wordt verwacht dat deze meedenkt over de doorontwikkeling van de website als landingsplatform (bijvoorbeeld op het gebied van UX, conversie en structuur), versus uitsluitend campagnegerichte inzet van het bestaande platform?	De opdrachtnemer staat aan de lat voor het maken van de campagnecontent, creatie en advies over activering op de eigen (owned) middelen zoals de website. Maar altijd alleen als onderdeel van de campagne Verkeersverwachtingen.nl
90	Selectieleidraad, Paragraaf 4.6.2, p. 31	Kan de opdrachtgever nader toelichten hoe de eis in paragraaf 4.6.2 moet worden geïnterpreteerd: is een ISO 9001-certificering vereist als een harde knock-out eis is, of volstaat ook een aantoonbaar gelijkwaardig kwaliteitsmanagementsysteem, mits dit met andere bescheiden onomstotelijk kan worden aangetoond? Zo ja, welke vormen van alternatieve onderbouwing acht de opdrachtgever in beginsel passend?	Zie antwoord 1.