

Vragenformat ten aanzien van de Nota van Inlichtingen Marktconsultatie Conceptontwikkeling, vormgevings- en DTP opdrachten

TenderNed kenmerk: TN589529

Nr.	Waarover heeft U een vraag? (document/paragraafnr./vraagnr.)	Formuleer hieronder uw vraag	Antwoord HAN
1	Algemeen	Marktconsultatiedocument, paragraaf 2.2: In de Opdrachtschrijving en scope wordt gesteld dat de HAN toe wil naar meer merkconsistentie binnen de kaders van het merk HAN. In hoeverre ziet de HAN voor de nieuwe opdrachtnemer een adviserende rol weggelegd om deze kaders (door) te ontwikkelen, of is de rol puur uitvoerend binnen de reeds door derden vastgestelde kaders?	De rol van de opdrachtnemer is primair uitvoerend binnen de bestaande kaders. Wel kan de opdrachtnemer, op verzoek van de opdrachtgever, betrokken worden bij de doorontwikkeling, actualisering en periodieke vernieuwing van deze kaders en het merk. Deze betrokkenheid heeft een pro-actief, adviserend en ondersteunend karakter en vindt plaats binnen de regie van de opdrachtgever.
2	Algemeen	Marktconsultatiedocument, paragraaf 2.2: Wordt de partij die verantwoordelijk is voor de conceptontwikkeling ook de leidende partij in het bewaken van de merkidentiteit richting andere (bijv. online) leveranciers, om te voorkomen dat inzichten uit de executiefase verloren gaan?	De leidende partij in het bewaken van de merkidentiteit van de HAN is het team Positionering van de HAN. Van de opdrachtnemer wordt verwacht dat deze actief bijdraagt aan het correct toepassen en bewaken van de merkidentiteit, zodat merkconsistentie in alle uitingen wordt geborgd.
3	Algemeen	Marktconsultatiedocument, paragraaf 2.2: Er wordt gesproken over exclusieve samenwerking met een gecontracteerde online media leverancier. Op welke wijze borgt de HAN dat er voldoende ruimte is voor kruisbestuiving en feedback vanuit de concept/design-hoek naar deze leverancier toe, om de kwaliteit van de cross-mediale middelen te optimaliseren?	De HAN faciliteert, afhankelijk van de opdracht, de samenwerking door partijen actief met elkaar te introduceren en te verbinden, zodat zij elkaar gemakkelijk weten te vinden voor onderlinge afstemming, samenwerking en borging.
4	Algemeen	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4: Acht de HAN het zinvol om in de kwalitatieve gunningscriteria specifiek te toetsen op de visie op de samenwerkingsdriehoek 'Opdrachtgever - Conceptbureau - Uitvoerend bureau', zeker wanneer deze rollen (zoals nu beoogd) in één perceel vallen?	De HAN neemt deze suggestie mee in de verdere voorbereiding van de aanbesteding. De definitieve kwalitatieve gunningscriteria – inclusief de wijze van uitvragen, beoordeling en weging – worden opgenomen in de officiële aanbestedingsdocumenten die bij publicatie van de Europese aanbesteding beschikbaar worden gesteld. Op dit moment kan hier niet op worden vooruitgelopen.
5	Algemeen	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4: Is de HAN voornemens in de casus voor de aanbesteding ook de 'doorvertaling' van een bestaand concept naar DTP-uitingen te toetsen, waarbij specifiek gekeken wordt naar de ruimte voor verbetervoorstellen vanuit de uitvoerende rol?	De HAN neemt deze suggestie mee in de verdere voorbereiding van de aanbesteding. De definitieve inhoud van de casus, evenals de wijze van uitvraag en beoordeling, worden opgenomen in de officiële aanbestedingsdocumenten die bij publicatie van de Europese aanbesteding beschikbaar worden gesteld. Op dit moment kan hier niet op worden vooruitgelopen.
6	Algemeen	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4: Kan de HAN toelichten hoe zij tijdens de looptijd van het contract (6 jaar) de vinger aan de pols houdt wat betreft de innovatiekracht en de synergie tussen de conceptuele en de uitvoerende werkzaamheden?	De HAN onderkent het belang van innovatiekracht en een goede synergie tussen conceptontwikkeling, vormgeving- en DTP opdrachten gedurende de looptijd van de overeenkomst. De wijze waarop de HAN invulling geeft aan contractmanagement, evaluatiemomenten en eventuele kwaliteitsbewaking wordt nader uitgewerkt in de aanbestedingsdocumenten. Op dit moment kan hierop nog niet worden vooruitgelopen.
7		Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.2 Opdrachtschrijving en scope Hoe ziet de HAN de gewenste verhouding tussen strategische conceptontwikkeling, creatieve vormgeving en uitvoerende DTP-werkzaamheden binnen de totale opdrachtomvang?	Op basis van historische data bestaat het grootste gedeelte (zo'n 60%) van de totale opdrachtomvang uit creatieve vormgeving. De inschatting is dat zo'n 30% zal bestaan uit strategische conceptontwikkeling. DTP werkzaamheden vormen zo'n 10% van de opdracht.
8	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.1 en 2.2 Kan de HAN toelichten hoe de merkregie binnen de organisatie is ingericht en welke rol de gecontracteerde partij hierin naar verwachting zal vervullen?	De eindverantwoordelijkheid voor de merkregie ligt bij het managementteam van de Stafdirectie Marketing & Communicatie van de HAN. In de dagelijkse praktijk wordt de merkregie uitgevoerd door Team Positionering binnen dezelfde stafdirectie. Dit team vervult een (beleids)adviserende, tactisch coördinerende en uitvoerende rol in het bewaken, toepassen en doorontwikkelen van het merk en de bijbehorende kaders.
9	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.2 Vraagnummer: 7 Kan de HAN nader toelichten hoe de samenwerking tussen de gecontracteerde creatieve partner(s) en reeds gecontracteerde media- en communicatiespecialisten organisatorisch wordt ingericht, inclusief verantwoordelijkheden en regievoering?	De HAN faciliteert, afhankelijk van de opdracht, de samenwerking door partijen actief met elkaar te introduceren en te verbinden, zodat zij elkaar gemakkelijk weten te vinden voor onderlinge afstemming, samenwerking en borging.

10	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.1 Indien de HAN kiest voor contractering van meerdere marktpartijen, op welke wijze verwacht de HAN opdrachten tussen deze partijen te verdelen?	Indien er sprake is van één perceel, worden opdrachten bij één leverancier belegd. Indien sprake van twee percelen (Conceptontwikkeling (perceel 1) Vormgeving en DTP opdrachten (perceel 2)) dan mogelijk één of twee leveranciers.
11	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.1 Kan de HAN toelichten welke verhouding zij voor ogen heeft tussen prijs en kwalitatieve beoordeling binnen de uiteindelijke aanbesteding?	De HAN is voornemens de inschrijvingen te beoordelen op basis van de beste prijs-kwaliteitverhouding (BPKV), waarbij de HAN veel waarde hecht aan kwaliteit. De definitieve verhouding en beoordelingssystematiek worden vastgesteld bij het opstellen van de officiële aanbestedingsdocumenten en worden bij publicatie van de Europese aanbesteding beschikbaar gesteld.
12	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 4 Vraagnummer: 12 Kan de HAN aangeven hoe zij proportionaliteit wil waarborgen bij eventuele casus- of pitchonderdelen binnen de aanbestedingsprocedure?	Op dit moment is nog niet bepaald of binnen de aanbestedingsprocedure een casus en/of pitch zal worden uitgevraagd. Indien de HAN besluit een dergelijk onderdeel op te nemen, wordt dit conform de Aanbestedingswet en de Gids Proportionaliteit vormgegeven. Daarbij wordt erop toegezien dat de inspanning die van inschrijvers wordt gevraagd in redelijke verhouding staat tot de aard, omvang en waarde van de opdracht. De definitieve uitvraag, de beoordelingssystematiek en eventuele maatregelen ter waarborging van proportionaliteit worden opgenomen in de officiële aanbestedingsdocumenten die bij publicatie van de Europese aanbesteding beschikbaar worden gesteld.
13	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.2 Vraagnummer: 1 en 6 Verstaat de HAN onder conceptontwikkeling uitsluitend campagne- en middelontwikkeling binnen bestaande merkkaders, of ziet zij ook ruimte voor advisering rondom merkschikking en merkschikking?	Vanuit het streven naar merkconsistentie wordt conceptontwikkeling in de basis uitgevoerd binnen de bestaande merkkaders van de HAN. Tegelijkertijd is er ruimte voor advisering rondom de doorontwikkeling van het merk en de merkschikking. Dergelijke advisering vindt altijd plaats in afstemming, samenspraak of op verzoek van Team Positionering van de HAN, dat verantwoordelijk is voor de strategische merkregie en de doorontwikkeling van de merkidentiteit.
14	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.2 Vraagnummer: 17 Hoe kijkt de HAN aan tegen de inzet van AI-ondersteunde creatieve workflows binnen conceptontwikkeling, vormgeving en DTP?	De HAN staat open voor innovatie en vernieuwing en volgt daarom actief de ontwikkelingen rondom AI-ondersteunde creatieve workflows. Belangrijk is dat een leverancier kan aantonen dat bij de inzet van dergelijke technologieën kwaliteit, originaliteit, auteursrechten, privacy en menselijke kwaliteitscontrole volledig zijn geborgd. AI kan daarmee een waardevolle ondersteunende rol vervullen, mits de inzet transparant, verantwoord en binnen de geldende merkkaders plaatsvindt.
15	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.2 Kan de HAN inzicht geven in de verwachte aantallen opdrachten, gemiddelde doorlooptijden, piekbelasting en gewenste responstijden binnen de overeenkomst?	Op basis van historische gegevens (2023-2025) is de inschatting dat het gemiddeld om circa 100 opdrachten per jaar gaat. De piekbelasting doet zich met name voor rondom Open Dagen, bijzondere evenementen en voor de schoolvakanties. Het aantal opdrachten kan variëren door ontwikkelingen binnen de HAN en het onderwijs. Informatie over volumes, doorlooptijden, piekbelasting en responstijden wordt opgenomen in de officiële aanbestedingsdocumenten bij publicatie van de Europese aanbesteding.
16	Algemeen	Document: Marktconsultatiedocument Paragraaf: 2.1 en 2.2 Vraagnummer: 15 Kan de HAN toelichten welke verwachtingen zij heeft ten aanzien van overdracht van bronbestanden, templates en intellectuele eigendomsrechten gedurende de looptijd van de overeenkomst?	De HAN verwacht dat voor de organisatie ontwikkelde communicatiemiddelen, templates en bijbehorende bronbestanden in een gangbaar formaat beschikbaar worden gesteld. Voor alle opdrachten die voor de HAN worden ontwikkeld, ligt het intellectuele eigendomsrecht bij de HAN. Reeds bestaande methodieken, templates en andere intellectuele eigendommen van de leverancier kunnen eigendom van de leverancier blijven, mits de HAN de ontwikkelde producten zelfstandig kan blijven gebruiken en beheren.
17	Marktconsultatiedocument Conceptontwikkeling, vormgevings- en DTP-opdrachten, paragraaf 2.1 Doel van de aanbesteding	Kan de HAN inzicht geven in wat de gewenste uitkomst is voor de latere selectie? Is dat opdrachtgunning aan 1 partij, of een raamcontract voor meerdere partijen?	Op dit moment kan de HAN nog geen uitspraak doen over de gewenste contractvorm voor de latere selectie. De uitkomsten van de marktconsultatie worden meegenomen in de verdere afweging en besluitvorming. Op basis daarvan zal worden bepaald of wordt gekozen voor opdrachtgunning aan één partij of voor een raamovereenkomst met twee partijen. Zodra hierover een besluit is genomen, zullen wij dit communiceren in de aanbestedingsdocumenten.
18	Marktconsultatiedocument Conceptontwikkeling, vormgevings- en DTP-opdrachten, paragraaf 2.1 Doel van de aanbesteding	Indien de HAN kiest voor een raamcontract met meerdere partijen, wat is dan de gewenste manieren van werken? Wil de HAN rechtstreeks opdrachten uitzetten bij partijen naar keuze (offerteaanvraag, eventueel tot een bepaald bedrag) en/of werken met mini-competities (en zo ja: o.b.v. van welke criteria)?	Indien er sprake is van één perceel, worden opdrachten bij één leverancier belegd. Indien sprake van twee percelen (Conceptontwikkeling (perceel 1) Vormgeving en DTP opdrachten (perceel 2)) dan mogelijk één of twee leveranciers.
19	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 1	Wat verstaat de HAN concreet onder conceptontwikkeling? Is dit vanaf strategie / strategisch advies, of vanaf creatieve uitwerking van een strategie? Vallen hier ook de bijbehorende uitvoerende taken als copywriting etc. onder, of ziet de HAN conceptontwikkeling als een losse vraag?	Conceptontwikkeling binnen de HAN is altijd campagne gerelateerd. Het betreft dus campagneconcepten. Afhankelijk van de opdracht kan de HAN vragen om strategisch advies en pro-actief meedenken over de strategie.

20	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 1	Kan de HAN aangeven hoe de verhouding ligt tussen de gevraagde diensten? In (globale) percentages: om hoeveel conceptontwikkeling, uitwerking/vormgeving en dtp gaat het grofweg? En geeft de HAN er de voorkeur aan een opdracht van kop tot staart bij 1 partij te leggen (wat wij wel aannemen, op basis van de uitvraag in 1 perceel).	Op basis van historische data bestaat het grootste gedeelte (zo'n 60%) van de totale opdrachtomvang uit creatieve vormgeving. De inschatting is dat zo'n 30% zal bestaan uit strategische conceptontwikkeling. DTP werkzaamheden vormen zo'n 10% van de opdracht.
21	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 4	Wat verstaat de HAN precies onder cross-mediaal / cross-mediale concepten? In welke verschillende percelen werkt de HAN op gebied van marketing en communicatie?	Onder crossmediaal verstaan we verschillende online en offline mediakanalen die in combinatie met elkaar ingezet worden om een boodschap over te brengen. De Opdrachtnemer is voornamelijk inzetbaar voor de corporate communicatie van de HAN.
22	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 7	Wil de HAN delen om welke (online) medialeveranciers het gaat?	WebNL creative studios.
23	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 12	Wil de HAN inzicht geven in welke prijsmodellen worden overwogen voor de aanbesteding? EMVI: Laagste prijs / Laagste kosten of BPKV? Is de HAN voornemens een bandbreedte / ondergrens te formuleren voor uurtarieven, om prijsduiken zoveel mogelijk uit te sluiten? Worden andere selectiemodellen (zoals Gunnen op Kwaliteit) overwogen? Is de HAN voornemens binnen de looptijd van de overeenkomst tarieven jaarlijks te indexeren?	De HAN is voornemens de inschrijvingen te beoordelen op basis van de beste prijs-kwaliteitverhouding (BPKV), waarbij de HAN veel waarde hecht aan kwaliteit. De definitieve verhouding en beoordelingssystematiek worden vastgesteld bij het opstellen van de officiële aanbestedingsdocumenten en worden bij publicatie van de Europese aanbesteding beschikbaar gesteld.
24	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 21	Speelt vestigingslocatie een rol voor de HAN en wordt hier transparant weging aan gegeven in de selectie? Hoe belangrijk is nabijheid versus kennis van het werkveld / Umfeld van de HAN voor gunning?	Kennis van het werkveld / Umfeld is het belangrijkste. Er zal geen weging worden gegeven aan de vestigingslocatie.
25	Marktconsultatiedocument, hoofdstuk 4 - Vragen - Vraag 21	Worden vormgevingsopdrachten vanuit de HAN doorgaans digital first uitgevraagd? Hoe ligt de verhouding tussen verschillende (offline / online) media/kanalen?	De HAN zet zowel offline als online uitingen in.
26	Algemeen	Kunt u verduidelijken welke werkzaamheden worden verstaan onder "online media advies"?	Online media advies betreft voornamelijk het inzetten van extra capaciteit voor de uitvoering van online campagnes en het inhuren van kennis en expertise op het gebied van online media.
27	Algemeen	Kunt u toelichten hoe de samenwerking met de gecontracteerde leverancier voor online media advies in de praktijk wordt ingericht bij campagne- en conceptontwikkelingstrajecten?	Online media advies betreft voornamelijk het inzetten van extra capaciteit voor de uitvoering van online campagnes en het inhuren van kennis en expertise op het gebied van online media.
28	Algemeen	Kunt u nader toelichten wat wordt bedoeld met de "monolithische merkgedachte" binnen de context van deze opdracht?	De monolithische merkgedachte betekent dat de HAN streeft naar een uniforme uitstraling/visuele identiteit voor alle producten en diensten onder één merknaam.
29	Algemeen	Zijn de huisstijlrichtlijnen, templates en/of merkhandboeken al volledig afgestemd, of is onderdeel van de wens om hier consistentie in aan te brengen ook om deze verder door te ontwikkelen? En kunt u aangeven waar qua verbetering dan de behoefte ligt?	De huisstijlrichtlijnen, templates en het merkhandboek zijn reeds op elkaar afgestemd. Wijzigingen of doorontwikkeling vinden in overleg plaats. Voor deze fase (marktverkenning) van de opdracht is dit niet relevant.
30	Algemeen	Kunt u aangeven hoeveel opdrachten per jaar gemiddeld (ongeveer) worden verstrekt binnen de beschreven scope op basis van het verleden?	Op basis van historische gegevens (2023-2025) is de inschatting dat het gemiddeld om circa 100 opdrachten per jaar gaat. De piekbelasting doet zich met name voor rondom Open Dagen, bijzondere evenementen en voor de schoolvakanties. Het aantal opdrachten kan variëren door ontwikkelingen binnen de HAN en het onderwijs. Informatie over volumes, doorlooptijden, piekbelasting en responstijden wordt opgenomen in de officiële aanbestedingsdocumenten bij publicatie van de Europese aanbesteding.
31	Algemeen	Kunt u een indicatie geven van de gemiddelde omvang en doorlooptijd van opdrachten binnen deze scope?	Op basis van historische gegevens (2023-2025) is de inschatting dat het gemiddeld om circa 100 opdrachten per jaar gaat. De doorlooptijd verschilt per opdracht.
32	Algemeen	In paragraaf 2.1 wordt gesproken over één of meer marktpartijen. Kunt u aangeven of reeds een voorkeur bestaat voor contractering van één of meerdere partijen?	Indien er sprake is van één perceel, worden opdrachten bij één leverancier belegd. Indien sprake van twee percelen (Conceptontwikkeling (perceel 1) Vormgeving en DTP opdrachten (perceel 2)) dan mogelijk één of twee leveranciers.
33	Algemeen	Kunt u nader toelichten wat wordt bedoeld met vormgeving van e-marketing uitingen zoals nieuwsbrieven, digitale uitnodigingen, ecards en dergelijke;	Hiermee wordt de opmaak/vormgeving van sjablonen bedoeld binnen de HAN huisstijl.
34	Algemeen	In paragraaf 2.2 wordt conceptontwikkeling omschreven als "het ontwikkelen van crossmediale concepten zoals campagneconcepten." Valt strategisch advies voorafgaand aan conceptontwikkeling (zoals doelgroepanalyse, communicatiestrategie of merkstrategie) binnen of buiten de scope van deze opdracht? Of wordt uitsluitend het creatieve concept zelf bedoeld?	Conceptontwikkeling binnen de HAN is altijd campagne gerelateerd. Het betreft dus campagneconcepten. Afhankelijk van de opdracht kan de HAN vragen om strategisch advies en pro-actief meedenken over de strategie.

35	Algemeen	In paragraaf 2.2 staat dat opdrachten vanuit allianties en samenwerkingsverbanden waarbij de HAN-huisstijl toegepast dient te worden, onderdeel uitmaken van de scope. Kunt u een indicatie geven van de omvang en frequentie van dit type opdrachten? En wie fungeert in die gevallen als opdrachtgever: de HAN of de alliantiepartner?	De HAN is opdrachtgever van opdrachten vanuit allianties en samenwerkingsverbanden. De omvang en frequentie van dit type opdrachten is beperkt.
36	Algemeen	Content en copywriting vallen buiten de scope. In de praktijk is tekst vaak onlosmakelijk verbonden met conceptontwikkeling en vormgeving (denk aan headlines, slogans, bodycopy voor campagnes). Bedoelt de HAN dat alle tekstuele content buiten scope valt, of alleen langere content zoals artikelen en webteksten? Hoe ziet de HAN de samenwerking tussen het creatief bureau en de partij die verantwoordelijk is voor tekst?	Bij content en copywriting gaat het om langere artikelen en webteksten die buiten scope vallen. De partij die verantwoordelijk is voor tekst dient vooral te werken conform de HAN Brandvoice. Uiteindelijk zal de HAN/Team positionering teksten ook altijd toetsen aan de HAN Brandvoice.
37	Algemeen	De vormgeving van e-marketinguitingen zoals nieuwsbrieven, digitale uitnodigingen en e-cards valt buiten scope. Wie verzorgt momenteel de vormgeving hiervan? En als een campagneconcept (binnen scope) doorvertaald moet worden naar e-marketinguitingen (buiten scope), hoe wordt de merkconsistentie dan geborgd?	De HAN heeft een eigen team Huisstijl die ook vormgeving verzorgt, zij borgen mede de consistentie.
38	Algemeen	De geraamde opdrachtwaarde is ca. €240.245 per jaar. Kunt u een indicatie geven van de verdeling van dit budget over de drie hoofd disciplines (conceptontwikkeling, vormgeving, DTP)? Dit helpt marktpartijen om een realistisch beeld te vormen van de benodigde teamsamenstelling.	Op basis van historische data bestaat het grootste gedeelte (zo'n 60%) van de totale opdrachtomvang uit creatieve vormgeving. De inschatting is dat zo'n 30% zal bestaan uit strategische conceptontwikkeling. DTP werkzaamheden vormen zo'n 10% van de opdracht.
39	Algemeen	Betreft de raamovereenkomst een afnameverplichting of een maximumraming zonder garantie op afname? Met andere woorden: is de genoemde €240.245 per jaar een indicatief of een gegarandeerd volume?	Dit is een indicatieve raming, gebaseerd op historische data.
40	Algemeen	Zijn er binnen het academisch jaar duidelijke piekperiodes voor creatieve opdrachten (bijvoorbeeld rondom werving, open dagen of inschrijfperiodes)? Een indicatie van de verdeling over het jaar helpt marktpartijen bij capaciteitsplanning.	De piekbelasting doet zich met name voor rondom Open Dagen, bijzondere evenementen en voor de schoolvakanties. Het aantal opdrachten kan variëren door ontwikkelingen binnen de HAN en het onderwijs. Informatie over volumes, doorlooptijden, piekbelasting en responstijden wordt opgenomen in de officiële aanbestedingsdocumenten bij publicatie van de Europese aanbesteding.
41	Algemeen	In paragraaf 2.1 staat "afspraken vastleggen met een of meer marktpartijen." Heeft de HAN al een voorkeur of richting voor het aantal partijen op de raamovereenkomst? En als er meerdere partijen worden gecontracteerd: hoe wordt de werkverdeling dan bepaald (cascademodel, minicompetitie, vrije keuze)?	Indien er sprake is van één perceel, worden alle opdrachten bij één leverancier belegd. Indien sprake van twee percelen (Conceptontwikkeling (perceel 1) Vormgeving en DTP opdrachten (perceel 2)) dan mogelijk één of twee leveranciers.
42	Algemeen	De raamovereenkomst heeft een totale looptijd van maximaal zes jaar inclusief eventuele verlengingen. Kunt u aangeven hoe de verdeling eruitziet tussen de initiële contractperiode en het aantal en de duur van de verlengingsopties (bijvoorbeeld 4+1+1, 3+3 of 2+2+2)?	Initiële looptijd van vier (4) jaar met de mogelijkheid tot verlenging van twee (2) keer (1) jaar.
43	Vraag M7	In vraag 7 wordt gerefereerd aan "reeds gecontracteerde (online) medialeverancier(s)." Kunt u aangeven welk type dienstverlening deze leverancier(s) leveren, zodat marktpartijen een realistisch beeld kunnen schetsen van de samenwerking? Het gaat niet om de naam van de leverancier, maar om de aard van de dienstverlening en de raakvlakken met deze opdracht	Online media advies betreft voornamelijk het inzetten van extra capaciteit voor de uitvoering van online campagnes en het inhuren van kennis en expertise op het gebied van online media.
44	Algemeen	In paragraaf 2.2 staat tussen haakjes: "Indien bij de uitwerking van middelen sprake is van online media advies, dan dient er exclusief samengewerkt te worden met de daarvoor gecontracteerde leverancier." Kunt u verduidelijken wat de HAN precies verstaat onder "online media advies"? En wat de consequentie is van "exclusief samenwerken": betekent dit dat de gecontracteerde leverancier de lead heeft bij elk online kanaal, of alleen bij mediainzet en -inkoop?	Online media advies betreft voornamelijk het inzetten van extra capaciteit voor de uitvoering van online campagnes en het inhuren van kennis en expertise op het gebied van online media.
45	Algemeen	Digitale toegankelijkheid wordt niet expliciet genoemd in het marktconsultatiedocument. Welke eisen stelt de HAN aan de toegankelijkheid van vormgeving en DTP-producten (denk aan WCAG 2.1/2.2, PDF/UA, EN 301 549)? Dit is relevant omdat de HAN als publiekrechtelijke instelling gebonden is aan het Tijdelijk besluit digitale toegankelijkheid overheid.	Digitale toegankelijkheid zal als onderdeel van het pakket van eisen worden meegenomen in de officiële Europese aanbesteding. In deze fase van de marktconsultatie ligt de focus op de marktverkenning en is verdere uitwerking van specifieke toegankelijkheidseisen nog niet relevant.
46	Vraag 13	In vraag 13 wordt gevraagd naar relevante kwaliteitscertificeringen. Kunt u ook aangeven of de HAN van plan is om referentie-eisen te stellen als geschiktheidseis? Zo ja, welke vergelijkbaarheidscriteria overweegt de HAN (bijvoorbeeld opdrachten in het hoger onderwijs, of breder in de publieke sector)?	De HAN heeft op dit moment nog geen definitief standpunt ingenomen ten aanzien van referentie-eisen als geschiktheidseis. De resultaten van de marktconsultatie zullen worden gebruikt om te bepalen welke kwaliteitscertificeringen en eventuele geschiktheidseisen passend zijn voor de officiële Europese aanbesteding.
47	Algemeen	Is het toegestaan om voor specifieke onderdelen binnen de scope (bijvoorbeeld illustratie of animatie) gebruik te maken van vaste onderaannemers of freelancers? Zo ja, welke voorwaarden verbindt de HAN hieraan?	De HAN neemt de suggestie van onderaannemers mee in de verdere voorbereiding van de aanbesteding. Voorwaarden en vereisten hieromtrent worden opgenomen in de aanbestedingsstukken. Omdat dit een marktverkenning betreft, wordt hier in deze fase niet nader op ingegaan.