

Nota van inlichtingen II - Employer branding en Job Marketing d.d. 21 september 2026

Ref. Nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
93	Bijlage 7 - Prijzenformulier	Kunt u bevestigen dat de plaatsingskosten (cel D3, tabblad 03 - Advieskosten) geoffreerd moeten worden over alle kanalen (zowel de genoemde kanalen op tabblad 01 - Standaard Mediakanalen als op tabblad 02 - Specialistische Mediakanalen) die worden ingezet tijdens een campagne?	Dit is juist. U dient per advertentiekanaal een gemiddelde prijs te offren, waarbij dit gemiddelde wordt berekend op basis van alle opgegeven kanalen.
94	Bijlage 7 - Prijzenformulier	In cel D3 van het tabblad 03 - Advieskosten moeten de plaatsingskosten worden opgenomen. Gelden de plaatsingskosten per kanaal en per campagne?	Dit is juist.
95	Referentieformulier	U heeft een gewijzigd referentieformulier aangeleverd in PDF. Kunt u ook een Word-bestand aanleveren?	Het Word-bestand zal opgenomen worden in TenderNed.
96	N.a.v. antwoord vraag 14	U geeft aan dat opdrachtnemer ook in verzuim is als er onvoldoende sollicitanten zijn ontvangen. Dit is niet het antwoord op de vraag en het antwoord is ook niet correct. Artikel 13.1 ziet op fatale termijnen in de overeenkomst, niet op de kwaliteit van de geleverde dienstverlening. Onze vraag gaat over het niet tijdig leveren, terwijl dit niet kan worden toegerekend aan opdrachtnemer (bijvoorbeeld een campagne kan niet live gaan, omdat er geen akkoord is van de gemeente). Wilt u met deze toelichting alsnog antwoord geven op de vraag?	Het is juist dat slechts sprake is van verzuim indien het verstrijken van de termijn aan Opdrachtnemer is toe te rekenen.
97	N.a.v. antwoord vraag 6	U geeft aan dat een opdrachtnemer onbeperkt moet 'boosten' en hier geen maximum aan gesteld wordt. Wij gaan ervan uit dat het aantal 'boosts' ook afhankelijk is van het type vacature en of het hieronder liggende advies van opdrachtnemer is opgevolgd. Kunt u dit bevestigen?	Opdrachtgever bevestigt dat het aan Opdrachtnemer is om, op basis van diens expertise, te bepalen welke middelen, optimalisaties en bijstellingen binnen een campagne worden ingezet om het beoogde resultaat te behalen. De opdracht is ingericht als een resultaatverplichting. Binnen de lopende campagne wordt van Opdrachtnemer verwacht dat hij alle benodigde optimalisaties doorvoert, zoals het bijstellen van doelgroepselecties, het verschuiven van budgetten tussen kanalen en andere campagne-aanpassingen (boosts). Het aantal dergelijke boosts binnen de campagne is niet gemaximeerd en behoort tot de professionele verantwoordelijkheid van Opdrachtnemer. Daarnaast kan Opdrachtnemer aanvullende opties adviseren die buiten de reguliere campagne vallen en die tegen meerkosten kunnen worden ingezet. Deze aanvullende opties zijn nadrukkelijk optioneel. Opdrachtgever verwacht dat Opdrachtnemer ook zonder inzet van deze aanvullende opties een volwaardig advies verstrekt en een campagne inricht waarvan hij op basis van zijn expertise verwacht dat de vacature succesvol kan worden ingevuld (KPI-verplichting). De eventuele inzet van boosts binnen de campagne maakt onderdeel uit van deze verantwoordelijkheid. Indien gedurende de looptijd van een vacature blijkt dat de reguliere campagne en de daarin beschikbare optimalisaties (boosts) onvoldoende resultaat opleveren, kunnen Opdrachtgever en Opdrachtnemer in overleg bezien of aanvullende opties wenselijk zijn. Deze aanvullende opties kunnen zowel bij aanvang van een vacature als op een later moment worden ingezet en worden uitsluitend na voorafgaande afstemming en tegen de daarvoor geldende meerkosten uitgevoerd.
98	Bijlage 7 - Prijzenformulier	Is het ook mogelijk om zelf eigen vakgebieden toe te voegen, die wij adviseren voor een gemeente?	Het is niet toegestaan om zelf aanvullende vakgebieden toe te voegen. Opdrachtgever hanteert de voorgeschreven vakgebieden voor alle inschrijvers, zodat een gelijk speelveld wordt gewaarborgd en inschrijvingen onderling vergelijkbaar blijven.
99	Bijlage 7 - Prijzenformulier	Kunt u in plaats van het kortingspercentage op het tabblad 'specialistische kanalen' een kortingsbedrag in euro's opnemen?	Nee. Opdrachtgever houdt vast aan het opnemen van een kortingspercentage. Hiermee wordt voor alle inschrijvers dezelfde uitgangspositie gehanteerd en blijven de inschrijvingen onderling vergelijkbaar.
100	Bijlage 7 - Prijzenformulier	U geeft aan dat extra kanalen mogen worden toegevoegd aan het tabblad 'specialistische kanalen'. Kunt u bevestigen dat het ook is toegestaan om regels te verwijderen, als voor het betreffende onderwerp/vakgebied minder niche-websites zijn om te vermelden?	Ja, dit is toegestaan. Wel geldt als minimum dat per vakgebied ten minste één kanaal wordt opgenomen. Indien minder kanalen worden vermeld dan de beschikbare regels toestaan, dient Inschrijver dit conform paragraaf 6.3.3 te onderbouwen.
101	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	- N.a.v. paragraaf 6.2.1: Wanneer u meegaat in de voorstellen om tot een concretere afbakening te komen tussen kwalitatief aspect 1 en kwalitatief aspect 2 stellen wij ook voor om het aantal pagina's voor kwalitatief aspect 1 op te hogen met twee extra A4, terwijl bij kwalitatief aspect 2 het aantal pagina's verminderd kan worden met één A4. Kunt u hiermee instemmen?	Voor kwalitatief aspect 1 en kwalitatief aspect 2 geldt gezamenlijk een maximale omvang van 9 A4-pagina's. Binnen deze totale omvang staat het Inschrijver vrij zelf de verdeling van pagina's over beide aspecten te bepalen.
102	- N.a.v. paragraaf 6.2.1:	Om duidelijk onderscheid te maken tussen kwalitatief aspect 1 (plan van aanpak) en kwalitatief aspect 2 (casus) stellen wij voor om de casusuitwerking vooral in te richten op de resultaten die door inschrijver worden opgeleverd bij het uitvoeren van haar eigen plan van aanpak. Kwalitatief aspect 1 ziet dan op een generieke werkwijze en kwalitatief aspect 2 laat u zien wat u precies krijgt, aan de hand van de casus. Bent u het hiermee eens?	Het plan van aanpak dient als een basisbeschrijving die vervolgens wordt toegepast op de praktijk namelijk de casus/vacature. Om een duidelijker onderscheid te bieden zijn enkele (algemene) onderdelen verplaatst van kwalitatief aspect 2 (Casus) naar kwalitatief aspect 1 (Plan van aanpak), namelijk: De te ondernemen activiteiten/ stappen, De te gebruiken methoden en hulpmiddelen en Betrokkenheid van Opdrachtgever (en andere relevante stakeholders).
103	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	Verwacht u ook een media-aanpak voor de uitwerking van de casus en zo ja, onder welk element valt dit volgens u?	Dit kan inschrijver opnemen onder "De op te leveren producten".
104	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	Voor aspect XI stellen wij voor om de genoemde producten (campagnevoorstel, kanaaladvies, contentbriefings, voortgangsrapportages, eindrapportage) te laten beschrijven onder kwalitatief aspect 1, zodat u voor de gehele samenwerking weet wat u krijgt per nadere opdracht. Kunt u hiermee instemmen?	U kunt dit onder kwalitatief aspect 1 (Plan van aanpak), onderdeel "Hoe het voorstel richting Opdrachtgever eruitziet, inclusief opbouw, keuzes, mediakanalen en onderbouwing" algemeen onderbouwen (basisbeschrijving). Onder kwalitatief aspect 2 (Casus) kun u dit casusspecifiek uitwerken onder "De op te leveren producten".
105	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	Onder aspect XI vraagt om de op te leveren producten en noemt u daarna een opsomming. In hoeverre verwacht u voor de casus (toezichthouder bouwen & wonen) dat hier afwijkende producten worden geleverd dan voor andere vacatures?	Het is de verwachting dat de op te leveren producten niet verschillen per vacature of campagnevoorstel. De genoemde producten dienen in beginsel voor iedere vacature/campagne te worden opgeleverd. Wel kan de inhoud van deze producten verschillen, afhankelijk van de specifieke vacature en doelgroep. Juist deze inhoudelijke verschillen zien wij graag terug in de uitwerking, waarbij het campagnevoorstel specifiek is toegespitst op de voorliggende casus van toezichthouder bouwen & wonen.
106	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	Ter uitwerking van de casus begrijpen wij dat u het resultaat van de ingezette methoden en hulpmiddelen wilt terugzien in dit kwalitatief aspect, maar dat de methoden en hulpmiddelen die worden gebruikt door uw samenwerkingspartner zullen meer generiek zijn en onderdeel uitmaken van een aan te bieden plan van aanpak. Wilt u aangeven hoe u het onderscheid tussen de kwalitatief aspect 1 en kwalitatief aspect 2?	Zie het antwoord op vraag 102.

107	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	In element X vraagt u naar de te gebruiken methoden en hulpmiddelen, terwijl dit een typische vraag is voor het plan van aanpak. Wij stellen voor om dit element op te nemen in de beantwoording van kwalitatief aspect 1, zodat u het proces als onderdeel van het plan van aanpak kunt beoordelen. Kunt u hiermee instemmen?	Akkoord. Zie het antwoord op vraag 102.
108	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	In element VIII vraagt u om de processtappen weer te geven van een wervingsvraag tot en met uitvoering van een campagne. Wij stellen voor om dit element op te nemen in de beantwoording van kwalitatief aspect 1, zodat u het proces als onderdeel van het plan van aanpak kunt beoordelen. Kunt u hiermee instemmen?	Akkoord. Zie het antwoord op vraag 102.
109	N.a.v. paragraaf 6.2.1:	Wij ervaren in de uitwerking van kwalitatief aspect 1 en kwalitatief aspect 2 veel overlap in uw vraag. Wat is uw doel met ten aanzien van de uitvraagde elementen met de casus, die meer gericht zijn op een generiek proces?	Zie het antwoord op vraag 102.
110	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	Voor een gelijk speelveld op de casus (aspect 2): kunt u vóór de inschrijvingsdeadline de fictieve casusvacature, het beschikbare campagnebudget en het beschikbare foto-/videomateriaal concreet en uniform ter beschikking stellen, zodat alle inschrijvers hun gevraagde budgetonderbouwing (vraag 33) op identieke uitgangspunten baseren?	De vacaturetekst is beschikbaar gesteld via Bijlage 13 op TenderNed. Het beschikbare campagnebudget bedraagt maximaal € 7.000 exclusief btw. Het is aan inschrijver om, op basis van het eigen kanaaladvies en de voorgestelde campagneaanpak, invulling te geven aan de inzet van dit budget. Er is geen foto- en/of videomateriaal beschikbaar voor deze casus.
111	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	Bevestigd is dat de specialistische mediakanalen kwalitatief worden beoordeeld en de bijbehorende prijzen uitsluitend voor marktconformiteit en verificatie dienen (vraag 20 en 26). Kunt u bevestigen dat verschillen tussen inschrijvers in de op tabblad 02 gekozen kanalen, looptijden en tarieven géén invloed hebben op de prijsscore, en uitsluitend via de onderbouwing onder aspect 3 worden gewogen?	Dit is juist.
112	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	U beoordeelt bij kwalitatief aspect 3 mede de effectiviteit en de meetbare resultaten van de voorgestelde specialistische kanalen (vraag 92). Kunt u aangeven hoe u inschrijvers beoordeelt die deze effectiviteit onderbouwen met branche- of referentiedata in plaats van met eigen historische plaatsingsdata bij deze specifieke gemeente, zodat er geen ongelijk speelveld ontstaat ten gunste van een zittende of eerder ingeschakelde leverancier?	Eigen historische plaatsingsdata bij deze gemeente heeft geen voorkeur binnen de beoordeling. Inschrijvers kunnen de verwachte effectiviteit van specialistische kanalen onderbouwen met eigen praktijkervaring, referentiegegevens, branchegegevens, marktonderzoek of andere relevante en verifieerbare bronnen. De beoordeling richt zich op de kwaliteit en overtuigingskracht van de onderbouwing, niet op het beschikken over historische data van deze specifieke gemeente.
113	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	U beoordeelt bij kwalitatief aspect 3 mede de effectiviteit en de meetbare resultaten van de voorgestelde specialistische kanalen (vraag 92). Kunt u aangeven hoe u inschrijvers beoordeelt die deze effectiviteit onderbouwen met branche- of referentiedata in plaats van met eigen historische plaatsingsdata bij deze specifieke gemeente, zodat er geen ongelijk speelveld ontstaat ten gunste van een zittende of eerder ingeschakelde leverancier?	Zie het antwoord op vraag 112.
114	Vragen bij de gehele selectieleidraad	Kunt u bevestigen of een beoordeling 'Matig' (of lager) op één van de drie subgunningscriteria leidt tot terzijdelegging van de gehele inschrijving, of uitsluitend tot 0% fictieve korting op dat criterium? En welke minimale kwaliteitsscore hanteert u per criterium?	Een beoordeling van 'matig' of lager op één van de criteria resulteert in terzijdelegging van de gehele inschrijving. Dit betekent dat voor elk criterium ten minste een score van 'voldoende' dient te worden behaald.
115	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	Het all-in tarief omvat het volledige mediabudget (vraag 7 en 76) en geldt gedurende een looptijd van maximaal vier jaar. Voorziet de overeenkomst in een jaarlijkse indexering van de tarieven (bijvoorbeeld op basis van een CBS-indexcijfer), gelet op de verwachte kostenstijging van media- en jobboardkanalen over die periode?	In de totale omvang van de opdracht is ruimte gehouden voor jaarlijkse indexeringen. Opdrachtnemer heeft het recht om jaarlijks, voor het eerst op 1 januari 2028, de tarieven te indexeren conform paragraaf 2.5.2 Indexering van het Beschrijvend Document.
116	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	Bij een jaarresultaat lager dan 70% behoudt u zich het recht voor de overeenkomst zonder opzegtermijn en zonder schadevergoeding te ontbinden. Kunt u bevestigen dat aan een dergelijke ontbinding een redelijke hersteltermijn en hoor-en-wederhoor voorafgaat, en dat niet aan opdrachtnemer toerekenbare, externe factoren (conform vraag 4, 38 en 51) buiten de 70%-berekening blijven?	Opdrachtgever bevestigt dat bij de beoordeling van KPI-resultaten rekening wordt gehouden met aantoonbare omstandigheden die buiten de invloedssfeer van Opdrachtnemer liggen, conform het antwoord op vraag 4 van de eerste Nota van Inlichtingen. Indien Opdrachtnemer verwacht dat dergelijke omstandigheden van invloed zijn op de resultaten, dient hij dit tijdig met Opdrachtgever te bespreken en hierover schriftelijke afspraken vast te leggen. Alleen wanneer vooraf gezamenlijk is vastgesteld dat een externe factor daadwerkelijk belemmerend werkt, wordt deze niet meegenomen in de KPI-beoordeling. Opdrachtgever heeft hierin het beslissend eindoordeel. Op operationeel niveau vindt na iedere vier campagnes een evaluatie plaats. Indien de resultaten achterblijven bij de gestelde normen, worden deze besproken tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer en krijgt Opdrachtnemer de gelegenheid hierop een toelichting te geven (hoor en wederhoor) en waar nodig verbetermaatregelen voor te stellen. De jaarlijkse norm van minimaal 70% vervulde vacatures betreft een strategische prestatienorm op jaarbasis (resultaatverplichting). Wanneer op jaarbasis een resultaat van minder dan 70% wordt behaald, wordt dit als onacceptabel beschouwd. In dat geval kan Opdrachtgever gebruikmaken van de contractueel opgenomen bevoegdheid tot ontbinding. Een afzonderlijke hersteltermijn voorafgaand aan een dergelijke beoordeling is daarbij niet voorzien, aangezien de prestaties gedurende het jaar reeds periodiek op operationeel niveau worden geëvalueerd en besproken. Opdrachtnemer heeft daarmee het volledige voorafgaande contractjaar de mogelijkheid gehad om prestaties te herstellen.
117	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	'Aantoonbare voortgang' is gedefinieerd als gekwalificeerde sollicitaties en/of ingeplande gesprekken (vraag 50). Kunt u bevestigen dat de KPI-toetsing (3-van-4 per meetmoment; 70% op jaarbasis) uitsluitend ziet op deze binnen de invloedssfeer van opdrachtnemer liggende output, en niet op de daadwerkelijke aanstelling, die mede afhankelijk is van de interne selectie-, besluitvormings- en arbeidsvoorwaardelijke procedure van opdrachtgever?	Dat is juist. De beoordeling betreft het succesvol invullen van vacatures binnen de maximale campagneduur van één maand en omvat niet de doorlooptijd van de interne selectie-, besluitvormings- of arbeidsvoorwaardelijke procedures van Opdrachtgever.

118	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	In ronde 1 (vraag 6) is aangegeven dat de verplichte ‘eigen financiële bijdrage’/boost bij achterblijvende resultaten geen maximum kent. Een onbegrensde financiële verplichting verhoudt zich moeilijk tot het proportionaliteitsbeginsel (Gids Proportionaliteit). Bent u bereid deze verplichting te begrenzen, bijvoorbeeld tot een vooraf bepaald percentage van het all-in campagnetarief of tot een vooraf overeengekomen maximaal boost-budget?	Zie het antwoord op vraag 97. Opdrachtgever is niet bereid een maximum te verbinden aan de eigen financiële bijdrage. De opdracht betreft een resultaatverplichting waarbij het aan opdrachtnemer is om de inzet van middelen zodanig vorm te geven dat de beoogde resultaten worden gerealiseerd.
119	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	‘Succesvolle vervulling’ is gedefinieerd als de daadwerkelijk ingevulde vacature (vraag 3), terwijl u bij de KPI factoren binnen de invloedssfeer van opdrachtgever niet aan opdrachtnemer toerekent (vraag 38 en 51). Kunt u bevestigen dat een referentiecampaagne die aantoonbaar geschikte kandidaten opleverde, maar waarbij de aanstelling door omstandigheden bij de referentie-opdrachtgever uitbleef, tóch kwalificeert als ‘succesvolle vervulling’ in de zin van §5.2.2?	Dit is akkoord.
120	Nota van Inlichtingen, ronde 1; Aanvullend op Vraag 164 / Vraag 169	In ronde 1 (vraag 88) is bevestigd dat de negen succesvol vervulde vacatures binnen twaalf maanden alle drie de wervingsopgaven (a, b en c) binnen één referentie moeten omvatten. Kunt u bevestigen of bij een combinatie deze negen vacatures en de drie categorieën over de referenties van meerdere combinanten mogen worden verdeeld, of dat één partij alle drie categorieën zelf moet aantonen?	Ja. Bij inschrijving door een combinatie mag de geschiktheid gezamenlijk door de combinanten worden aangetoond. Daarbij geldt onverminderd dat de ingediende referentie(s) gezamenlijk moeten aantonen dat wordt voldaan aan alle onderdelen van de kerncompetentie, waaronder de negen succesvol vervulde vacatures en de drie beschreven typen wervingsopgaven. Het is dus niet vereist dat één combinant zelfstandig alle drie categorieën aantoot.
121	Diverse vragen	Telt een referentie waarbij inschrijver de campagnes heeft uitgevoerd in opdracht van een hoofdaannemer of mediapartij — en dus niet rechtstreeks als contractpartij van de publieke organisatie — mee als kwalificerende, zelf-uitgevoerde referentie voor §5.2.2?	Ja, een dergelijke referentie mag worden ingediend, mits de inschrijver aantoonbaar zelf verantwoordelijk is geweest voor de uitvoering van de campagnes waarop de referentie betrekking heeft. Het is daarbij niet vereist dat de inschrijver rechtstreeks een contractuele relatie had met de betreffende publieke organisatie. De inschrijver dient wel aan te tonen dat de uitgevoerde werkzaamheden en behaalde resultaten aansluiten bij de gevraagde kerncompetentie.
122	Diverse vragen	Staat u beroep op de technische bekwaamheid van een derde toe om aan de kerncompetentie van §5.2.2 te voldoen? Zo ja, onder welke voorwaarden (o.a. beschikbaarheidsverklaring), en dient die derde de betreffende werkzaamheden — de campagnes/jobmarketing — dan ook daadwerkelijk zelf uit te voeren?	Ja. Een inschrijver mag zich beroepen op de technische bekwaamheid van een derde om aan de kerncompetentie van paragraaf 5.2.2 te voldoen. De inschrijver dient in dat geval aan te tonen dat hij gedurende de uitvoering van de opdracht daadwerkelijk kan beschikken over de voor de opdracht relevante middelen, kennis en ervaring van die derde. Hiervoor dient Bijlage 5 te worden ingediend, alsmede een afzonderlijke UEA voor de betreffende derde. Indien een beroep wordt gedaan op de technische bekwaamheid van een derde, dient deze derde gedurende de uitvoering van de opdracht aantoonbaar betrokken te zijn bij de werkzaamheden waarop de ingebrachte ervaring betrekking heeft.
123	Diverse vragen	Kunt u bevestigen dat inschrijving als combinatie is toegestaan en dat de kerncompetentie uit §5.2.2 door de gezamenlijke, zelf-uitgevoerde referenties van de combinanten mag worden aangetoond? Zo ja, welke bewijsstukken (combinatieovereenkomst, hoofdelijkheidsverklaring) verlangt u en op welk moment moeten deze worden ingediend?	Dit is juist. Bij indiening van de inschrijving dient Bijlage 5 te worden overgelegd. Daarnaast dient iedere combinant afzonderlijk een UEA in te dienen.
124	Nvl I vraag 53 en Beschrijvend Document §6.3.2 onderdeel XV	In antwoord op vraag 53 van Nvl I geeft u aan dat het opstellen van verzwaarde KPI’s in kwalitatief aspect 2 komt te vervallen. In de gewijzigde versie van §6.3.2 staat onder onderdeel XV echter nog steeds dat inschrijver eigen KPI’s moet uitwerken en dat bij strengere KPI’s altijd de strengste KPI prevaleert. Kunt u bevestigen dat onderdeel XV volledig vervalt en het Beschrijvend Document hierop aanpassen? Kunt u tevens bevestigen dat door Inschrijver in de casus voorgestelde KPI’s uitsluitend ter illustratie dienen en geen contractuele verplichtingen worden?	In het Beschrijvend Document versie na nota van inlichtingen I d.d. 23 juli 2026, is XV de uitwerking van de KPI’s reeds komen te vervallen. Inschrijver hoeft geen KPI’s meer voor te stellen in de casus. Deze wijzigingen zijn middels ‘Wijzigingen bijhouden’ doorgevoerd zodat duidelijk is waar de wijzigingen hebben plaatsgevonden. Het lijkt erop dat dit voor u niet zichtbaar is waardoor een nieuwe versie zonder bijgehouden wijzigingen toegevoegd zal worden.
125	Nvl I vraag 8 en Beschrijvend Document §6.3.3	In antwoord op vraag 8 van Nvl I heeft u ingestemd met verruiming van de toelichting op de specialistische mediakanalen naar vier A4-pagina’s. In de gewijzigde versie van §6.3.3 staat echter “maximaal 42 pagina’s A4”. Wij nemen aan dat dit een verschrijving is en dat maximaal vier pagina’s wordt bedoeld. Kunt u dit bevestigen en corrigeren?	In het Beschrijvend Document versie na nota van inlichtingen I d.d. 23 juli 2026, is het aantal pagina’s reeds aangepast naar maximaal 4 pagina’s A4. Deze wijzigingen zijn middels ‘Wijzigingen bijhouden’ doorgevoerd zodat duidelijk is waar de wijzigingen hebben plaatsgevonden. Het lijkt erop dat dit voor u niet zichtbaar is waardoor een nieuwe versie zonder bijgehouden wijzigingen toegevoegd zal worden.
126	Nvl I vragen 3, 47, 48 en 50, Beschrijvend Document §5.3.1 en PvE-eis 20	De antwoorden lijken verschillende momenten als “succesvolle vervulling” aan te merken: bij vraag 3: de vacature is ingevuld; bij vraag 47: een geschikte kandidaat heeft een arbeidsvoorwaardengesprek gevoerd, maar dit hoeft niet binnen één maand te zijn; bij vraag 48: de vacature moet succesvol zijn ingevuld binnen de maximale campagneduur van één maand; bij vraag 50: voortgang bestaat uit gekwalificeerde sollicitaties en/of ingeplande gesprekken. Kunt u één eenduidig en objectief meetmoment vaststellen waarop een vacature voor de KPI als succesvol vervuld geldt? Kunt u daarbij bevestigen of het voldoende is dat Opdrachtnemer binnen de campagneduur één of meer gekwalificeerde kandidaten heeft aangeleverd, ongeacht de latere interne selectie en arbeidsvoorwaardelijke procedure?	Opdrachtgever bevestigt dat voor de KPI sprake is van een succesvolle vervulling wanneer gedurende de campagneduur minimaal één geschikte kandidaat wordt aangeleverd die voldoet aan het vooraf gezamenlijk vastgestelde kandidaatprofiel. Het meetmoment ligt daarmee bij het aantoonbaar beschikbaar komen van een geschikte kandidaat vanuit de campagne. Zie ook het antwoord op vraag 133.
127	Beschrijvend Document §5.3.1	In §5.3.1 wordt eerst bepaald dat minimaal drie van vier campagnes succesvol moeten zijn, maar daaronder staat nog dat minimaal 70% van de vacatures moet zijn vervuld, met als voorbeeld zeven van tien vacatures. Drie van vier is 75% en het voorbeeld ziet niet op een meetperiode van vier campagnes. Welke norm wordt operationeel toegepast: drie van vier, of minimaal 70%? Wilt u de vervallen tekst en voorbeelden verwijderen, zodat er één eenduidige norm resteert?	Deze wijzigingen zijn middels ‘Wijzigingen bijhouden’ doorgevoerd zodat duidelijk is waar de wijzigingen hebben plaatsgevonden. Het lijkt erop dat dit voor u niet zichtbaar is waardoor een nieuwe versie zonder bijgehouden wijzigingen toegevoegd zal worden.
128	Bijlage 7, tabbladen 01, 03 en 04; Beschrijvend Document §2.2 en §6.2.1	De inschrijfprijs in tabblad 04 is uitsluitend de optelsom van één plaatsing op ieder standaardmediakanaal en één eenheid van iedere advies-/uitvoeringsdienst. Er worden geen fictieve of historische hoeveelheden toegepast, terwijl jaarlijks naar verwachting 10 tot 15 campagnes worden afgenomen. Hierdoor lijkt de beoordelingsprijs niet representatief voor de verwachte contractuitgaven en kan de rangorde afwijken van de economisch werkelijk voordeligste inschrijving. Kunt u een uniforme, representatieve prijsmand met vaste fictieve hoeveelheden per kostensoort opnemen en tabblad 04 daarop aanpassen?	Opdrachtgever is niet voornemens om fictieve hoeveelheden of een prijsmand met vaste afnamevolumes op te nemen. De omvang, aard en inzet van de verschillende mediakanalen en dienstverlening zijn sterk afhankelijk van de specifieke wervingsopgave en kunnen gedurende de looptijd van de overeenkomst aanzienlijk variëren. Hierdoor acht opdrachtgever het niet mogelijk om representatieve fictieve hoeveelheden vast te stellen. Daarnaast heeft opdrachtgever naar aanleiding van deze vraag de weging van het fictieve kortingspercentage heroverwogen. Daarbij is geconstateerd dat de fictieve korting was gebaseerd op de maximale contractwaarde over de volledige looptijd van vier jaar. Opdrachtgever acht dit niet in verhouding tot de verwachte omvang van de inschrijfsommen op basis van het prijzenformulier. Om een evenwichtige verhouding tussen prijs en kwaliteit te waarborgen, is de invloed van het fictieve kortingspercentage daarom aangepast naar een niveau dat beter aansluit bij de verwachte omvang van de inschrijfsommen. De aanbestedingsstukken zijn hierop aangepast.

129	Nvl I vragen 7, 72, 76 en 90; Bijlage 7	U geeft aan dat mediabudget en social/PPC-advertentiebudget onderdeel moeten zijn van het all-in tarief. In tabblad 03 staat bij de opslag/beheerfee social/PPC echter expliciet dat deze exclusief advertentiebudget is. Ook telt het specialistische mediabudget niet mee in de prijsbeoordeling. Kunt u verduidelijken in welke prijsregel het social/PPC-advertentiebudget moet worden opgenomen en hoe dit budget uniform wordt betrokken bij de prijsbeoordeling? Wilt u het prijzenformulier aanpassen zodat alle inschrijvers hetzelfde kostenbegrip hanteren?	Opdrachtgever begrijpt uw vraag niet. Uw stellingen zijn allemaal juist. Opslag/ beheerfee social/PPC kunt u in tabblad 3 invullen. Het advertentiebudget zijn tabbladen 1 en 2 en staat los van de media en socials (tabblad 3). Tabblad 2 valt buiten de prijsbeoordeling.
130	Nvl I vragen 6, 49 en 57; PvE-eis 31 en Beschrijvend Document §5.3.1	U geeft aan dat aanvullende media-inzet en de eigen financiële bijdrage van Opdrachtnemer geen maximum kennen. Tegelijk zijn “achterblijvende prestaties”, “onvoldoende kwalitatieve sollicitaties”, “reguliere optimalisatie” en het vereiste effect van een boost niet gekwantificeerd. Hierdoor is sprake van een niet calculeerbaar en mogelijk onbeperkt financieel risico. Kunt u per campagne een objectief activeringscriterium, een maximum voor de aanvullende media-inzet en een eindmoment van deze verplichting vaststellen? Indien u geen maximum wenst te hanteren, kunt u motiveren hoe Inschrijvers dit risico uniform en marktconform in hun prijs kunnen verwerken?	Zie de antwoorden op vragen 97, 126 en 133.
131	Beschrijvend Document §2.5.2	De geïndexeerde tarieven mogen pas na akkoord van Opdrachtgever worden gefactureerd, maar voor dat akkoord is geen beslistermijn bepaald. Binnen welke termijn na ontvangst van een correct en volledig indexeringsvoorstel geeft Opdrachtgever schriftelijk akkoord? Kunt u bevestigen dat een conform §2.5.2 berekend voorstel binnen bijvoorbeeld tien werkdagen wordt beoordeeld en dat de nieuwe tarieven met ingang van de betreffende indexeringsdatum gelden, ook wanneer het akkoord later wordt verstrekt?	Opdrachtgever streeft ernaar een tijdig ontvangen, correct en volledig ingediend indexeringsvoorstel binnen 10 werkdagen na ontvangst te beoordelen en hierover schriftelijk een besluit te nemen. Indien deze termijn onverhoopt niet wordt gehaald, leidt dit niet tot nadeel voor Opdrachtnemer. De goedgekeurde geïndexeerde tarieven gelden in dat geval alsnog met ingang van de betreffende indexeringsdatum, zodat eventuele prijsverschillen met terugwerkende kracht kunnen worden verrekend.
132	Beschrijvend Document §2.5.2, PvE-eis 36 en Bijlage 7	De prijsontwikkeling van externe jobboards en advertentieplatforms kan afwijken van de CPI en ligt buiten de invloed van Opdrachtnemer. Kunt u bevestigen of de CPI-maximering ook geldt voor aantoonbaar gewijzigde één-op-één doorbelaste externe mediatarieven? Zo ja, hoe dient Opdrachtnemer om te gaan met externe prijsstijgingen boven CPI? Zo nee, wilt u bepalen dat aantoonbare externe mediakosten tegen de actuele marktprijs mogen worden doorbelast?	Eventuele prijsstijgingen van externe mediakanalen boven het CPI-percentages kunnen, mits aantoonbaar en rechtstreeks doorbelast, worden verwerkt tegen de actuele marktprijs, waarbij de overeengekomen korting onverminderd van kracht blijft.
133	Nvl I vragen 6, 14 en 50; PvE-eis 21 en §5.3.1	Kunt u objectief definiëren wanneer een sollicitant als “kwalitatief” of “gekwalficeerd” wordt aangemerkt? Wordt dit uitsluitend getoetst aan vooraf schriftelijk vastgestelde knock-outseisen uit het vacatureprofiel, of mogen ook later toegevoegde voorkeuren en subjectieve beoordeling door stakeholders worden meegewogen? Kunt u bevestigen dat vóór de start van iedere campagne gezamenlijk een toetsbaar kandidaatprofiel wordt vastgesteld en dat kandidaten die aan alle vooraf vastgestelde harde eisen voldoen als gekwalficeerd worden geteld? Aanvullend verzoeken wij u het recruitmentproces toe te lichten, waaronder: wie de cv-selectie en gesprekken uitvoert; binnen welke termijnen Opdrachtgever kandidaten beoordeelt en uitnodigt; wie beslist of een kandidaat gekwalficeerd is; hoe afwijzingsredenen worden vastgelegd; hoe wijzigingen in het functieprofiel tijdens de campagne in de KPI worden verwerkt.	Opdrachtgever bevestigt dat voorafgaand aan iedere campagne gezamenlijk een toetsbaar kandidaatprofiel wordt vastgesteld op basis van het vacatureprofiel. Daarbij worden de functie-eisen en overige relevante criteria besproken en afgestemd. Het uiteindelijke oordeel of een kandidaat als kwalitatief/gekwalficeerd wordt aangemerkt, berust bij Opdrachtgever. Daarbij gelden de vooraf afgestemde criteria als uitgangspunt. Het interne selectieproces van Opdrachtgever, waaronder gesprekken, beoordeling van kandidaten en vastlegging van afwijzingsredenen, valt buiten de invloedssfeer en verantwoordelijkheid van Opdrachtnemer. Indien gedurende de campagne wijzigingen in het functieprofiel worden doorgevoerd die van invloed kunnen zijn op de wervingsresultaten, treden Opdrachtgever en Opdrachtnemer hierover in overleg. Opdrachtgever behoudt hierbij het beslissende eindoordeel.
134	Nvl I vragen 4, 38, 51 en 52	In antwoord op vraag 4 krijgt Opdrachtgever het beslissende eindoordeel over het uitsluiten van externe belemmeringen. In antwoord op vraag 38 staat daarentegen dat niet-presteren binnen de gemeentelijke organisatie niet aan Opdrachtnemer wordt toegerekend. Kunt u een objectieve procedure opnemen waarbij oorzaken worden vastgesteld aan de hand van vooraf bepaalde criteria en aantoonbare procesdata? Kunt u tevens bevestigen dat interne vertraging, afwijking van het afgesproken profiel, niet-marktconforme arbeidsvoorwaarden, het niet uitnodigen van gekwalficeerde kandidaten en het wijzigen of intrekken van een vacature buiten de KPI-berekening blijven?	Opdrachtgever handhaaft zijn eerdere antwoorden op vragen 4 en 38. Indien Opdrachtnemer verwacht dat omstandigheden buiten zijn invloedssfeer een belemmerende invloed hebben op het vervullen van een vacature, dient Opdrachtnemer dit tijdig bij Opdrachtgever te melden en hierover schriftelijk afspraken te maken. Alleen wanneer vooraf gezamenlijk is vastgesteld dat een omstandigheid daadwerkelijk belemmerend werkt, wordt deze niet meegenomen in de KPI-beoordeling. Opdrachtgever heeft hierin het beslissende eindoordeel. Opdrachtgever is niet voornemens een nadere objectieve procedure of nadere limitatieve opsomming van omstandigheden op te nemen. De beoordeling blijft plaatsvinden op basis van de specifieke omstandigheden van het geval en de hierover gemaakte afspraken.
135	§6.3.3 onderdeel XVII en Nvl I vraag 92	U vraagt dat de effectiviteit per kanaal wordt aangetoond met bijvoorbeeld sollicitatieaantallen, vervulde vacatures en performance data. Deze resultaten zijn sterk afhankelijk van onder andere werkgever, vacature, doelgroep, arbeidsvoorwaarden, campagnebudget, looptijd, attributiemethode en meetperiode. Welke objectieve beoordelingsmaatstaven gebruikt u om deze niet zonder meer vergelijkbare data te beoordelen? Kunt u daarbij verduidelijken: welke minimale dataset per kanaal moet worden aangeleverd; over welke referentieperiode; welke definities gelden voor sollicitatie, gekwalficeerde sollicitatie en vervulde vacature; of absolute aantallen, percentages of benchmarks worden verwacht; hoe indirecte of multichannelconversies worden toegerekend; hoe kanalen zonder beschikbare historische klantdata worden beoordeeld;	De referentieperiode/meetperiode betreft vacatures die in de afgelopen maximaal twaalf maanden succesvol zijn ingevuld (i.v.m. de snel veranderende dynamische arbeidsmarkt). Inschrijvers dienen aannemelijk te maken dat de voorgestelde kanalen eerder effectief zijn geweest voor vergelijkbare wervingsopgaven. Opdrachtgever stelt hierbij geen nadere kaders aan de wijze van onderbouwing en schrijft geen specifieke definities, datasets of benchmarks voor. Het is aan de inschrijver om de effectiviteit van de voorgestelde kanalen passend aan te tonen.
136	§6.3.3 en Nvl I vragen 77 en 92	Inschrijvers mogen meer dan drie kanalen per vakgebied aanbieden. Tegelijk geeft u aan dat ook “de mate” van gebruik van specialistische kanalen wordt beoordeeld. Leidt het aanbieden van meer dan drie kanalen tot een hogere beoordeling? Zo ja, ontstaat daarmee niet feitelijk een niet-gepubliceerd kwantitatief beoordelingscriterium? Kunt u bevestigen dat het aantal kanalen boven het minimum op zichzelf geen hogere score oplevert en dat uitsluitend relevantie, aantoonbare effectiviteit en onderlinge versterking worden beoordeeld?	Opdrachtgever bevestigt dat het aanbieden van meer dan drie mediakanalen per vakgebied op zichzelf niet leidt tot een hogere beoordeling. De beoordeling vindt plaats op basis van de mate waarin de voorgestelde kanalen aantoonbaar relevant zijn voor het vakgebied, effectief zijn en elkaar aanvullen of versterken. Het aanbieden van aanvullende kanalen kan wel bijdragen aan een hogere beoordeling indien daarmee de relevantie, aantoonbare effectiviteit of onderlinge versterking van de voorgestelde kanalen beter wordt onderbouwd.
137	§6.5.1	Voor een score van 70% of 100% moet een Inschrijver respectievelijk één of twee “extra’s” boven de verwachtingen van Opdrachtgever” aanbieden. Welke vooraf kenbare inhoudelijke maatstaven gelden voor een “extra”, “bijzonderheid”, “grote toegevoegde waarde” en de “verwachtingen van Opdrachtgever”? Kunt u bevestigen dat: het voldoen aan alle uitgevraagde onderdelen niet afhankelijk wordt gemaakt van niet-gepubliceerde verwachtingen; vooraf wordt verduidelijkt welke soorten meerwaarde als relevant worden beschouwd; het aantal extra’s niet doorslaggevend is boven de inhoudelijke kwaliteit; aangeboden extra’s alleen contractueel bindend worden wanneer dit uitdrukkelijk uit de inschrijving blijkt?	De begrippen ‘extra’, ‘bijzonderheid’, ‘grote toegevoegde waarde’ en ‘verwachtingen van Opdrachtgever’ zijn bewust niet nader gedefinieerd. De beoordeling vindt plaats op basis van de mate waarin de inschrijving inhoudelijk aansluit bij de opdracht, overtuigt in de voorgestelde aanpak en aantoonbaar meerwaarde biedt voor Opdrachtgever. Het voldoen aan alle uitgevraagde onderdelen blijft een basisvoorwaarde. Het aantal aangeboden extra’s is niet op zichzelf doorslaggevend; de toegevoegde waarde en relevantie voor de opdracht zijn bepalend. Alleen onderdelen die door Opdrachtnemer in de inschrijving worden aangeboden, maken deel uit van de contractuele verplichtingen.

138	Nvl I vraag 56 en PvE-eisen 15 en 25	U erkent dat de daadwerkelijke verwerking door externe mediakanalen buiten de invloed van Opdrachtnemer kan liggen, maar handhaaft dat wijzigingen binnen vier uur moeten zijn aangebracht. Kunt u bevestigen dat aan deze eis is voldaan wanneer Opdrachtnemer de wijziging binnen vier uur correct bij het externe kanaal heeft aangeleverd en aantoonbaar op spoedige verwerking heeft aangedrongen? Zo nee, hoe wordt toerekenbaarheid beoordeeld wanneer het platform de wijziging niet binnen vier uur publiceert?	Dit is akkoord.
139	Nvl I vragen 55 en 65 en PvE-eis 19	Bij vraag 55 bevestigt u dat de adviestermijn pas begint nadat alle noodzakelijke input compleet is. Bij vraag 65 geeft u aan dat tijdige levering door het interne team niet kan worden gegarandeerd, maar dat dit geen invloed heeft op de 24-uurs uitvoeringsperiode. Kunt u bevestigen dat ook de uitvoeringstermijn van 24 uur pas begint nadat het campagnevoorstel is goedgekeurd én alle benodigde teksten, huisstijlmiddelen, beeldmaterialen, rechten en toestemmingen volledig en bruikbaar zijn aangeleverd?	Dat is akkoord.
140	Redactionele fouten	In het gewijzigde PvE constateren wij onder andere: eisnummer 31 komt tweemaal voor; eis 9 bevat de tekst “één keer per kwartaalhalfjaar”; eis 11 spreekt zowel over rapportage na iedere vierde campagne als over kwartaalrapportages; enkele verwijzingen in §5.3.1 noemen PvE-eis 19 waar vermoedelijk eis 20 wordt bedoeld. Wilt u een redactioneel gecorrigeerde en geconsolideerde versie verstrekken en bevestigen welke nummering en rapportagefrequentie leidend zijn?	Deze wijzigingen zijn middels 'Wijzigingen bijhouden' doorgevoerd zodat duidelijk is waar de wijzigingen hebben plaatsgevonden. Het lijkt erop dat dit voor u niet zichtbaar is waardoor een nieuwe versie zonder bijgehouden wijzigingen toegevoegd zal worden. Overige opmerkingen zijn verwerkt in de geüploade versie op TenderNed.
141	Eis 31: aanvullende media-inzet en financieel risico	In de Nota van Inlichtingen wordt bevestigd dat, indien na twee weken onvoldoende kwalitatieve sollicitaties zijn ontvangen, de opdrachtnemer de campagne dient te “boosten” met aanvullende media-inzet. Tevens is bevestigd dat deze aanvullende inzet voor rekening van de opdrachtnemer komt en dat hiervoor geen maximum is vastgesteld, terwijl de overeengekomen prijs voor de betreffende vacature niet wordt aangepast. Kunt u expliciet bevestigen dat hiermee wordt bedoeld dat de opdrachtnemer, ongeacht de hoogte van de benodigde aanvullende media-investering, verplicht is deze kosten volledig uit eigen middelen te dragen, zonder voorafgaand of achteraf vastgesteld financieel plafond, budgetlimiet of recht op aanvullende vergoeding van de gemeente?	Zie het antwoord op vraag 97.
142	eis 31: aanvullende media-inzet en financieel risico	Op welke wijze wordt bepaald welke aanvullende media-inzet moet worden ingezet en wie hierover de beslissing neemt?	Zie het antwoord op vraag 97.
143	Eis 31 aanvullende media-inzet en financieel risico	Kunt u verduidelijken aan de hand van welke objectieve en vooraf kenbare criteria wordt vastgesteld dat na twee weken sprake is van “onvoldoende kwalitatieve sollicitaties” en daarmee de verplichting tot aanvullende media-inzet ontstaat?	Zie het antwoord op vraag 133.
144	eis 31 aanvullende media-inzet en financieel risico	Kan de gemeente verduidelijken of de verplichting tot aanvullende media-inzet ook geldt indien het uitblijven van voldoende kwalitatieve sollicitaties aantoonbaar wordt veroorzaakt door omstandigheden die buiten de invloedssfeer van de opdrachtnemer liggen, zoals arbeidsvoorwaarden, salarisniveau of het tussentijds wijzigen van de vacature door de gemeente? Zo ja, op welke wijze wordt in dergelijke situaties voorkomen dat de opdrachtnemer onbeperkt aanvullende mediakosten moet maken?	Zie het antwoord op vraag 134.