



PROVINCIE FLEVOLAND

Marktconsultatie

Europese aanbesteding

Jobmarketing

provincie Flevoland

Datum : 19-05-2026

INHOUDSOPGAVE

HOOFDSTUK 1	INLEIDING	3
HOOFDSTUK 2	OPDRACHTGEVER EN BEOOGDE OPDRACHT	4
2.1	De opdrachtgever	4
2.2	Beoogde opdracht	4
HOOFDSTUK 3	DOEL VAN DE MARKTCONSULTATIE.....	5
HOOFDSTUK 4	OPZET EN BEANTWOORDING	6
HOOFDSTUK 5	VOORWAARDEN	7
HOOFDSTUK 6	GLOBALE PLANNING MARKTCONSULTATIE	8

Hoofdstuk 1 Inleiding

Ter voorbereiding op een eventuele Europese aanbesteding organiseert de provincie Flevoland deze marktconsultatie op grond van artikel 2.24 Aanbestedingswet 2012 (implementatie van artikel 40 Richtlijn 2014/24/EU).

Deze marktconsultatie heeft tot doel om de provincie Flevoland in staat te stellen een eventuele aanbestedingsprocedure zorgvuldig, proportioneel en marktconform voor te bereiden. Deelname aan deze marktconsultatie leidt niet tot enig recht op deelname aan een aanbesteding en verschaft geen voorkeurspositie.

De vragen die de Provincie Flevoland in dit kader aan u stelt zijn opgenomen in een bijlage, beschikbaar als bewerkbaar Word-document via TenderNed.

Hoofdstuk 2 Opdrachtgever en beoogde opdracht

Dit hoofdstuk omschrijft de opdrachtgever en de beoogde opdracht.

2.1 De opdrachtgever

Provincie Flevoland is een overheidsorganisatie op provinciaal niveau. Provincie Flevoland is de jongste provincie van Nederland. Ze vormt de bestuurslaag tussen de Rijksoverheid en de gemeenten in de provincie. Provinciale Staten, Gedeputeerde Staten en de Commissaris van de Koning vormen samen het bestuur van provincie Flevoland. De ambtelijke organisatie bestaat uit ongeveer 700 medewerkers en een variërend aantal tijdelijke medewerkers.

Het coalitieakkoord 2023-2027 van het nieuwe college van Gedeputeerde Staten bouwt voort op de resultaten van de afgelopen vier jaar en geeft richting aan nieuwe ambities en doelstellingen.

Onze provinciale organisatie staat als gesprekspartner naast en met gemeenten, waterschap en de rijksoverheid: een onmisbare schakel in een netwerksamenleving waarin complexe vraagstukken alleen in samenwerking met partners kunnen worden aangepakt.

De organisatie zet de maatschappelijke opgaven centraal en maakt daarop de cultuur, de structuur en het management passend. Samenwerking aan de voorkant en integraliteit in de aanpak van de opgaven is een vanzelfsprekendheid.

We zijn een open transparante organisatie waarin de professionaliteit van de medewerkers centraal staat. Onze medewerkers vertellen met trots over hun werk. Zij helpen elkaar, voelen zich veilig en gehoord en werken aan hun ontwikkeling. We laten doelbewust onze eigenheid zien in ons werk en ons gebied. Dit doen wij innovatief, vernieuwend en door steeds te blijven leren.

Er wordt gewerkt vanuit de hoofdlocatie: het provinciehuis te Lelystad. Het provinciehuis, als centrum voor de politieke besluitvorming, heeft een representatieve functie.

Meer informatie vindt u op de website van [provincie Flevoland](https://www.provincieflevoland.nl)

2.2 Beoogde opdracht

De beoogde opdracht ziet op het ondersteunen van provincie Flevoland bij jobmarketing activiteiten, met als doel het versterken van de arbeidsmarktpositie van de organisatie en het realiseren van duurzame instroom van geschikt personeel.

De provincie heeft op dit moment nog geen definitieve keuzes gemaakt ten aanzien van: - de exacte scope en afbakening van de dienstverlening.

Juist over deze onderwerpen vraagt de provincie nadrukkelijk input vanuit de markt.

Hoofdstuk 3 Doel van de marktconsultatie

Het doel van de marktconsultatie is drievoudig:

1. Inzicht verkrijgen in de samenstelling, omvang en dynamiek van de markt voor jobmarketing;
2. Input ophalen over trends, ontwikkelingen en innovatieve mogelijkheden binnen deze markt;
3. Toetsen van mogelijke aanbestedingskeuzes, waaronder prijsstructuur en gunningssystematiek.

De provincie Flevoland behoudt zich het recht voor om verkregen inzichten geheel, gedeeltelijk of niet te gebruiken.

Hoofdstuk 4 Opzet en beantwoording

De marktconsultatie bestaat uit:

- een schriftelijke vragenronde;
- Indien de provincie Flevoland de behoefte heeft aan verduidelijkingsvragen over de beantwoording kan zij u hiervoor benaderen.

De provincie Flevoland organiseert geen individuele gesprekken of selectieve dialoogsessies, teneinde het gelijkheids- en transparantiebeginsel te waarborgen.

Beantwoording dient uiterlijk 18-06-2026 te worden ingediend via TenderNed.

De individuele reacties van marktpartijen worden niet openbaar gemaakt. De provincie Flevoland publiceert uitsluitend een door haar opgestelde, geanonimiseerde samenvatting van de ontvangen reacties via TenderNed. Tevens voegt de provincie Flevoland de geanonimiseerde samenvatting van de reacties als een bijlage bij de aanbestedingsleidraad.

Hoofdstuk 5 Voorwaarden

Op deze marktconsultatie zijn de volgende voorwaarden van toepassing:

1. De marktconsultatie is geen onderdeel van een aanbestedingsprocedure;
2. De marktconsultatie is voor alle deelnemers vrijblijvend, er kunnen geen rechten aan worden ontleend;
3. Deelnemende marktpartijen stemmen ermee in dat door hen aangeleverde informatie verwerkt kan worden in door de provincie Flevoland nader uit te werken aanbestedingsstukken;
4. Aan de informatie die in het kader van de marktconsultatie wordt verstrekt kunnen geen rechten worden ontleend. Informatie in deze marktconsultatie kan afwijken van informatie die later (in het kader van een aanbesteding) wordt verstrekt;
5. Provincie Flevoland kan de informatie uit de marktconsultatie vrijelijk gebruiken, tenzij expliciet is vermeld dat de betreffende informatie niet (geanonimiseerd) bekend kan worden gemaakt;
6. Eventuele kosten voor de deelname aan deze vragenlijst worden niet vergoed door de provincie Flevoland;
7. Claims over het gebruik van informatie, vertrouwelijkheid of verzoeken om vergoeding hieromtrent worden niet gehonoreerd;
8. Provincie Flevoland is op geen enkele wijze gebonden aan de uitkomsten van de marktconsultatie of verplicht tot het aanbesteden of uitvoeren van de opdracht.

In geval van afwijkingen tussen dit marktconsultatiedocument en de latere aanbestedingsstukken, zijn uitsluitend de aanbestedingsstukken leidend en kunnen aan dit document geen rechten worden ontleend.

Door deel te nemen aan deze marktconsultatie geven partijen te kennen onvoorwaardelijk akkoord te gaan met de voorwaarden zoals vermeld in dit document.

Hoofdstuk 6 Globale planning marktconsultatie

Het al dan niet doorlopen van een aanbesteding ten aanzien van de beoogde opdracht is enerzijds afhankelijk van de uitkomsten van de marktconsultatie en anderzijds van het interne besluitvormingsproces van de provincie Flevoland.

De onderstaande planning is indicatief en kan gedurende het proces worden aangepast. Aan de genoemde data kunnen geen rechten worden ontleend.

Stap	Activiteit	Datum	Tijd
1	Publicatie marktconsultatie & openstelling aanmelding	19-05-2026	
2	Uiterste datum indienen schriftelijke reacties (vragenlijst)	18-06-2026	12:00
3	Publicatie geanonimiseerde samenvatting van reacties	16-07-2026	

BIJLAGE – VRAGENLIJST MARKTCONSULTATIE JOBMARKETING

Deze vragenlijst is bedoeld om provincie Flevoland inzicht te geven in de markt voor jobmarketing en om aanbestedingskeuzes zorgvuldig en proportioneel te kunnen voorbereiden. Beantwoord de vragen zo concreet mogelijk.

1. Uw organisatie en ervaring		
1.1	Beschrijf kort uw organisatie, met specifieke aandacht voor uw jobmarketingactiviteiten.	
1.2	Voor welke typen organisaties (bijv. overheid, zorg, onderwijs, private sector) voert u hoofdzakelijk jobmarketingopdrachten uit?	
1.3	In hoeverre beschikt u over eigen capaciteit (strategie, creatie, media-inkoop, data-analyse) en in hoeverre werkt u met partners?	

2. Algemene marktverkenning		
2.1	Welke typen dienstverleners zijn actief binnen dit domein (bijv. bureaus, platforms, hybride partijen)?	
2.2	Welke diensten worden doorgaans als standaard beschouwd binnen jobmarketing?	

3. Integraties en systemen		
3.1	In hoeverre is het gebruikelijk dat jobmarketing dienstverlening integreert met een ATS (bijv. Ubeeo)?	
3.2	Welke vormen van integratie zijn gangbaar (zoals API-koppelingen of jobfeeds)?	
3.3	Welke data-uitwisseling wordt in de markt als standaard beschouwd?	
3.4	Welke randvoorwaarden of beperkingen gelden doorgaans bij dergelijke koppelingen?	

4. Data, dashboarding en rapportage		
4.1	Wat is in de markt gebruikelijk ten aanzien van dashboards en rapportages?	
4.2	In hoeverre zijn dashboards realtime en/of aanpasbaar?	
4.3	Hoe wordt de effectiviteit van verschillende kanalen gemeten en geoptimaliseerd?	

5. Wervingscampagnes (online en offline)		
5.1	Wat wordt in de markt verstaan onder een integrale wervingscampagne?	
5.2	Welke online kanalen worden doorgaans ingezet?	

5.3	Welke offline middelen maken veelal onderdeel uit van campagnes?	
5.4	In hoeverre is het gebruikelijk dat één partij zowel online als offline campagnes verzorgt?	
5.5	Wat kan er vanuit de markt worden verwacht op basis van advisering omtrent on- en offline wervingscampagnes?	

6. Prijsmodellen en contractvormen

6.1	Wat is een gangbare prijs voor een on- en offline campagne die breed wordt uitgezet, denk aan radio, tv, bushokjes en online advertizing?	
6.2	Welke prijscomponenten zouden volgens u logisch en marktconform onderdeel moeten zijn van een prijzenblad voor jobmarketing (bijv. strategische ondersteuning, campagne-uitvoering, media-inkoop, datarapportage)?	
6.3	Hoe zou een prijzenblad er volgens u uit moeten zien voor een jobmarketing campagne en een offline campagne? Geef een voorbeeld.	
6.4	Welke onderdelen van jobmarketing zijn minder geschikt voor opname in een vast prijzenblad, en waarom?	
6.5	Welke indexcijfer is voor deze dienst het meest gebruikt?	

7. KPI's, sturing en resultaatmeting

7.1	Welke KPI's worden in de markt als standaard beschouwd voor jobmarketing en campagnes?	
7.2	Welke KPI's ziet u in de praktijk verkeerd toegepast of slecht meetbaar?	
7.3	Zijn er gangbare benchmarks beschikbaar (bijv. cost-per-click, cost-per-hire)?	
7.4	Hoe wordt bepaald dat een jobmarketing campagne succesvol is en uit welke indicatoren wordt dit afgeleid?	
7.5	Hoe wordt omgegaan met moeilijk meetbare effecten, zoals employer branding?	

8. Innovatie en marktontwikkelingen

8.1	Welke trends en ontwikkelingen spelen momenteel binnen jobmarketing?	
8.2	In hoeverre worden technologieën zoals automatisering en AI toegepast?	
8.3	Welke ontwikkelingen worden de komende jaren verwacht?	

8.4	Welke innovaties zijn realistisch toepasbaar binnen een overheidscontext en aanbestedingskader?	
-----	---	--

9. Aanbesteding en randvoorwaarden

9.1	Tegen welke knelpunten lopen opdrachtgevers aan bij jobmarketing dienstverlening?	
9.2	Welke aspecten zouden expliciet opgenomen moeten worden in een aanbesteding voor deze dienstverlening?	
9.3	Welke tips heeft u voor het vormgeven van een proportionele en marktconforme aanbesteding?	

10. Maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven en inkopen (MVOI)

10.1	De provincie Flevoland zet in op Maatschappelijk Verantwoord Opdrachtgeven en Inkopen dit betekent dat er naast de prijs en kwaliteit ook nadrukkelijk oog is voor de maatschappelijke impact van inkoop (klimaat, natuur, milieu, grondstoffen, en sociale aspecten). We sluiten aan bij de landelijke definities uit het Nationaal Plan MVI 2021 – 2025 van de Rijksoverheid en maken onderscheid tussen de volgende MVOI thema's: • Klimaat-, Natuur en Milieubewust inkopen • Circulair inkopen • Sociaal inkopen³ • Ketenverantwoordelijkheid (ISV) Kunt u de provincie adviseren welke aspecten op het gebied van MVOI van toepassing kunnen zijn op deze opdracht?	
------	---	--

11. Juridische voorwaarden

11.1	De provincie Flevoland hanteert bij deze aanbesteding het volgende: Algemeen inkoopvoorwaarden Welke artikelen van de Algemene inkoopvoorwaarden kunnen volgens u showstoppers bij deze opdracht zijn?	
------	--	--

12. Slotvraag

12.1	Welke aandachtspunten acht u relevant om mee te nemen bij het opstellen van deze aanbesteding die niet eerder zijn vermeld?	
------	---	--