

Algemene informatie

Aanbesteding: Mediadiensten
Aanbestedende Dienst: UWV
Referentie: DD.2026.1123
Toelichting:
-

Vraag en antwoord

Ref.nr. 69 **Onderwerp:** Beschrijvend document §Eindgebruiker van de opdracht (samenwerking DC, recruitment, etc.)

Vraag:
Kunt u toelichten hoe de samenwerking en besluitvorming is ingericht tussen het bureau, Directie Communicatie en Recruitment, en hoe wordt omgegaan met mogelijk conflicterende doelstellingen tussen reputatie, employer branding en recruitment?

Antwoord:
Er is geen vooraf uitgeschreven en vastomlijnde besluitvorming ingericht die wij op dit moment kunnen delen. In de praktijk komen mogelijk conflicterende doelstellingen tussen reputatie, employer branding en recruitment weinig voor. Per campagne worden doelstellingen geformuleerd en daarbij worden alle belangen en wensen besproken en afgewogen voorafgaand aan de briefings.

Fase:
Inschrijffase

Inschrijfronde:
Inschrijfronde 1

Vragenronde:
Vragenronde 2

Beantwoord op:
4 jul 2026

Percelen:
P1 Mediadiensten

Ref.nr. 70 **Onderwerp:** Nv1 vraag 11 (always-on vs campagne – nog open) + Beschrijvend document (combinatie EB + recruitment)

Vraag:
Kunt u concreter maken hoe de balans tussen always-on inzet en campagnegedreven inzet wordt beoordeeld binnen de opdracht, gezien de combinatie van employer branding en recruitmentdoelstellingen?

Antwoord:
Hier kan UWV op dit moment geen concrete uitspraak over doen. UWV is benieuwd naar de ervaring en expertise van Inschrijvers op dit onderdeel en wil Inschrijvers hier de ruimte voor

bieden. Daarom beantwoorden wij deze vraag niet.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
71

Onderwerp:

Nv11 vraag 10 (flexibiliteit mediaplannen – nog open)

Vraag:

Kunt u aangeven binnen welke bandbreedte budgetten tussen kanalen mogen worden herverdeeld zonder voorafgaande goedkeuring van UWV?

Antwoord:

Hier kan UWV op dit moment geen concrete uitspraak over doen. UWV verwacht dat er afstemming plaats vindt, maar kan ook aangeven dat hier geen langdurige en formele besluitvorming binnen UWV voor nodig is.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
72

Onderwerp:

Nv11 vraag 15 (toegang UWV tot kanalen) + antwoord

Vraag:

U geeft aan dat UWV directe toegang heeft tot kanalen om prestaties te monitoren en bij te sturen. Kunt u toelichten wie beslissingsbevoegd is bij optimalisaties zoals budgetverschuivingen en kanaalkeuzes tijdens campagnes?

Antwoord:

Hier kan UWV op dit moment geen concrete uitspraak over doen. In beginsel is dit de opdrachtgever van de briefing. UWV kan ook aangeven dat hier geen langdurige en formele besluitvorming binnen UWV voor nodig is.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.

73

Onderwerp:

Nv1 vraag 12 (rolverdeling social/self-service)

Vraag:

Kunt u verduidelijken waar de eindverantwoordelijkheid ligt voor campagneresultaten, met name in situaties waarin UWV zelf campagnes inregelt (self-service) en het bureau verantwoordelijk is voor optimalisatie?

Antwoord:

De verantwoordelijkheid wordt in deze gevallen gedeeld, waarbij UWV benadrukt dat zij geen disproportionele verantwoordelijkheden zal beleggen bij Opdrachtnemer. Deze werkwijze wordt ook in de huidige samenwerking gehanteerd en heeft daarin niet tot problemen geleid.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.

74

Onderwerp:

Beschrijvend document \$Rapportage en verantwoording + Nv1 (inzichten worden deels gedeeld)

Vraag:

Kunt u specificeren welke data (bijv. sollicitaties, ATS-data, kwaliteit kandidaten) door UWV beschikbaar wordt gesteld aan het bureau en met welke frequentie, zodat optimalisatie op

campagnes mogelijk is?

Antwoord:

UWV heeft geen vastomlijnde wijze en frequentie waarop wij data beschikbaar stellen, maar stemmen dit voorafgaand en tijdens campagnes met Opdrachtnemer af. Door dit ook structureel te evalueren en verbeteren, ontstaat een effectieve wijze qua kwaliteit en volume van de data.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
75

Onderwerp:

Nv11 vraag 4 (geen tracking) + antwoord

Vraag:

U geeft aan dat inschrijvers vrij zijn in meetmethodieken, mits niet herleidbaar tot individuen. Kunt u nader specificeren hoe u verwacht dat inschrijvers de effectiviteit en bijdrage van media-inzet aantonen richting conversies en sollicitaties binnen deze randvoorwaarden?

Antwoord:

UWV schrijft geen specifieke meetmethodiek voor, maar verwacht dat inschrijvers met geaggregeerde data en onderbouwde analyses de bijdrage van media-inzet aantonen. Dit kan bijvoorbeeld via funnelanalyse, kanaalvergelijking en trendanalyses. De methodiek moet inzicht geven in zowel volume als kwaliteit van sollicitaties en bruikbaar zijn voor optimalisatie, zonder herleidbaarheid tot individuen.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.

Onderwerp:

76

Beschrijvend document §6 Meetbaarheid, KPI-framework en rapportage

Vraag:

Gezien wordt gevraagd om een KPI-framework inclusief gedragsdoelen en rapportage, in hoeverre wordt bij de beoordeling rekening gehouden met het feit dat bepaalde KPI's (zoals sollicitaties en kwaliteit van kandidaten) slechts gedeeltelijk beïnvloedbaar zijn door het mediabureau

Antwoord:

Het kan zijn dat sommige KPI's slechts gedeeltelijk beïnvloedbaar zijn door Opdrachtnemer, maar UWV is benieuwd naar de ervaring en expertise van Inschrijvers op dit onderdeel en wil Inschrijvers hier de ruimte voor bieden. Daarom beantwoorden wij deze vraag niet.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.

77

Onderwerp:

Nv11 vraag 8 (KPI's en rapportage) + antwoord

Vraag:

In Nv11 geeft u aan dat employer brand KPI's zwaarder wegen dan sollicitaties, maar dat meerdere doelstellingen relevant zijn. Kunt u concreet aangeven hoe de verschillende KPI's (zoals bereik, overweging, imago en sollicitaties) onderling worden gewogen in de beoordeling van campagnesucces en de inschrijving?

Antwoord:

UWV is benieuwd naar de ervaring en expertise van Inschrijvers op dit onderdeel en wil Inschrijvers hier de ruimte voor bieden. Daarom beantwoorden wij deze vraag niet.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
78**Onderwerp:**
Nvl**Vraag:**

"Vraag 61: De gevraagde stijging van 7% naar 10% ingevulde sollicitatieformulieren is gebaseerd op de conversie van bezoekers van werkenbijuwv.nl naar ingevulde sollicitatieformulieren. Het betreft daarmee het aandeel van het totale relevante websiteverkeer dat daadwerkelijk een sollicitatieformulier invult. De percentages dienen dus te worden gelezen als het percentage websitebezoekers dat converteert naar een afgeronde sollicitatie binnen de betreffende periode.."

- Hoe wordt dit gemeten als er geen tracking/analytische pixels worden gebruikt of worden deze wel gebruikt? Mits anoniem. - & Zou de opdrachtnemer toegang mogen ontvangen tot deze data voor optimalisatie en rapportage?

Antwoord:

In de huidige situatie meet UWV het aantal bezoekers van de website werkenbijuwv.nl en het aantal ingevulde sollicitatieformulieren. Omdat er geen tracking/analytische pixels worden gebruikt, is het de precieze conversie inderdaad niet meetbaar. Het gaat om het meten van de aantallen. Wel plaats UWV zogenaamde meetlinkjes om vast te stellen vanaf welke bron de bezoekers komen. Na gunning stellen we deze data beschikbaar aan Opdrachtnemer.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
79**Onderwerp:**
Algemene Inkoopvoorwaarden artikel 32**Vraag:**

In het handelsverkeer is het gebruikelijk en redelijk om aansprakelijkheid te beperken tot de opdrachtwaarde. In dit geval de vergoeding voor opdrachtnemer. Is UWV bereid op basis van dit uitgangspunt in overleg een nadere beperking te bepalen?

Antwoord:

Ja, hiertoe is UWV bereid.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
80**Onderwerp:**

PvE E.37

Vraag:

Financieel- en performance audits zijn gebruikelijk en akkoord. Zou UWV kunnen verduidelijken op welke andere facetten van de diensten een audit nodig is, zodat op basis daarvan kan worden overlegd in hoeverre daaraan kan worden voldaan?

Antwoord:

Hier kan UWV op dit moment geen concrete uitspraak over doen aangezien wij nu niet concreet kunnen aangeven welke andere facetten er mogelijkserwijs in aanmerking kunnen/moeten komen voor een audit. Dit hangt ook grotendeels af van hoe Opdrachtnemer haar dienstverlening uitvoert. Wel wil UWV benadrukken dat zij geen disproportionele audit zal uit (laten) voeren bij Opdrachtnemer.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijffronde:

Inschrijffronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten

Ref.nr.
81**Onderwerp:**

PvE E.64 e.v

Vraag:

Is UWV bereid in overleg een specifieke WoW te bepalen ten behoeve van transparantie bij de inzet van AI-systemen voor de onderhavige dienstverlening?

Antwoord:

Ja, hiertoe is UWV bereid.

Fase:

Inschrijffase

Inschrijfronde:

Inschrijfronde 1

Vragenronde:

Vragenronde 2

Beantwoord op:

4 jul 2026

Percelen:

P1 Mediadiensten