

Nota van Inlichtingen 1			
Nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Social Return on Investment	Is Opdrachtgever voornemens om gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst SROI-verplichtingen of andere maatschappelijke uitvoeringscriteria toe te passen, bijvoorbeeld gericht op arbeidsparticipatie, stages, leerwerkplekken of de inzet van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt? Indien dit niet het geval is: staat Opdrachtgever open voor een vrijwillige invulling hiervan door Opdrachtnemer, passend bij de aard van de opdracht en de maatschappelijke rol van Stichting Slachtofferhulp Nederland?	Opdrachtgever is niet voornemens om gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst SROI-verplichtingen of andere maatschappelijke uitvoeringscriteria toe te passen. Het staat Opdrachtnemer vrij om op eigen initiatief invulling te geven aan maatschappelijke doelstellingen, zoals arbeidsparticipatie, stages, leerwerkplekken of de inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, voor zover dit past binnen de uitvoering van de opdracht. De wijze waarop de opdracht wordt uitgevoerd is de verantwoordelijkheid van Opdrachtnemer, mits wordt voldaan aan de gestelde eisen en voorwaarden van de opdracht.
2	Selectiecriteria 3	In paragraaf 5.4.3 wordt het beoordelingselement "GEA" genoemd. Deze term is ons niet bekend als gangbare kanaal- of mediabenoaming. Kunt u bevestigen dat hiermee "SEA" (Search Engine Advertising / Google Ads) wordt bedoeld? Indien dat niet het geval is, kunt u toelichten wat onder "GEA" moet worden verstaan?	Nee. Met GEA wordt niet SEA bedoeld, maar Generative Engine Advertising (GEA). Hiermee wordt bedoeld op betaalde zichtbaarheid binnen AI-gedreven zoek- en antwoordomgevingen, waarbij gesponsorde content of advertenties worden geïntegreerd in door AI gegenereerde antwoorden.
3	Selectieleidraad, \$5.1, \$5.2 en \$5.4v	Mogen per selectiecriteria meerdere referenties worden gebruikt om punten te behalen, of moet elk selectiecriteria volledig met één referentie worden aangetoond?	Nee, dit is niet toegestaan. Per kerncompetentie dient één referentie te worden ingediend. Een referentie kan daarbij meerdere kerncompetenties aantonen, maar het is niet toegestaan om meerdere referenties te gebruiken om één kerncompetentie te onderbouwen. Dit is tevens expliciet opgenomen in de eisen bij de kerncompetenties (punt 5 pagina 18). Aangezien de referentie die wordt ingediend voor de kerncompetentie tevens de basis vormt voor de beoordeling van het bijbehorende selectiecriteria, is het eveneens niet toegestaan om meerdere referenties te gebruiken om één selectiecriteria te onderbouwen.
4	WCAG-richtlijnen	Welke vorm van bewijsvoering accepteert Opdrachtgever om aan te tonen dat middelen conform WCAG-richtlijnen zijn uitgevoerd? Volstaat een beschrijving van de werkwijze, of is een toetsrapport, verklaring of audit vereist?	Een beschrijving van de gehanteerde werkwijze, aangevuld met een toelichting op de gemaakte ontwerp- en implementatiekeuzes voor de betreffende middelen, volstaat in beginsel als bewijsvoering. Een afzonderlijk toetsrapport, audit of formele verklaring is niet vereist, tenzij de bewijsvoering naar de mening van SHN niet adequaat is.
5	ANBI-status	Kunt u toelichten waarom als eis wordt gesteld dat de referentieopdracht is uitgevoerd voor een organisatie met een ANBI-status? Welke specifieke ervaring of competentie wilt u met deze eis toetsen? Wij hebben ruime ervaring met vergelijkbare opdrachten voor non-profitorganisaties en organisaties binnen het publieke domein, maar deze Opdrachtgevers beschikken niet altijd over een ANBI-status. Kunt u daarom bevestigen dat ook referenties voor dergelijke organisaties worden geaccepteerd, mits de aard, omvang en complexiteit van de opdracht aantoonbaar vergelijkbaar zijn?	Het werken voor een organisatie binnen een maatschappelijke, publieke of non-profit context is een minimale vereiste en maakt onderdeel uit van de kerncompetenties (knock-out criteria). Een referentie hoeft daarbij geen betrekking te hebben op een organisatie met een ANBI-status. Binnen het selectiecriteria 'Relevante ervaring met maatschappelijke merk- en campagnevraagstukken' kunnen punten worden behaald wanneer de referentie betrekking heeft op een Opdrachtgever met een ANBI-status. Dit is nadrukkelijk geen knock-outcriterium maar een van de manieren waarop Opdrachtnemers zich kunnen profileren. Slachtofferhulp Nederland heeft zelf een ANBI-status. Hierdoor gelden bij de inkoop van bepaalde media specifieke mogelijkheden en kortingsregelingen. Een Opdrachtnemer die aantoonbare ervaring heeft met campagnes voor ANBI-organisaties is daardoor beter bekend met deze werkwijze en de bijbehorende kansen. Om die reden wordt dit als aanvullend beoordelingsaspect meegenomen binnen het selectiecriteria.
6	WCAG-richtlijnen	In de referentie-eis staat dat de middelen moeten zijn uitgevoerd conform de geldende WCAG-richtlijnen voor digitale toegankelijkheid. Kunt u verduidelijken welke versie en welk conformiteitsniveau hierbij worden bedoeld, bijvoorbeeld WCAG 2.1 niveau AA?	Voor de toepassing van de toegankelijkheidsrichtlijnen sluit Slachtofferhulp Nederland aan bij WCAG 2.2, conformiteitsniveau A en AA, gebaseerd op de Europese norm EN 301 549. Van Opdrachtnemers wordt verwacht dat digitale middelen, voor zover van toepassing, conform deze richtlijnen worden ontwikkeld.
7	WCAG-richtlijnen	Daarnaast ontvangen wij graag een toelichting op de wijze waarop inschrijvers aan moeten tonen hoe de WCAG-richtlijnen zijn toegepast.	Zie antwoord op vraag 4
8	Selectieleidraad, par. 2.2 en 2.3	Kunt u voor Perceel 1 aangeven welk deel van de geraamde waarde historisch of indicatief betrekking heeft op media-inkoop/media-inzet en welk deel op strategie, creatie, projectmanagement, productie en overige bureauwerkzaamheden?	Zie antwoord vraag 60

9	Concept Raamovereenkomst, art. 1 en 8	Kunt u bevestigen of productie-, media- en overige externe kosten onderdeel zijn van de geraamde waarde van Perceel 1, en of deze kosten separaat/transparant per Nadere Opdracht kunnen worden begroot en goedgekeurd?	Ja. Productie-, media- en overige externe kosten maken grotendeels onderdeel uit van de geraamde waarde van Perceel 1. De geraamde waarde is gebaseerd op de kosten van vergelijkbare opdrachten en campagnes uit de afgelopen vier (4) jaar aangevuld met een inschatting van prijsontwikkelingen, inflatie en de verwachte beschikbare budgetten van Slachtofferhulp Nederland. De raming omvat onder meer productiekosten, externe inhuur en media-inkoop van massamedia. Kosten voor online media-inkoop, zoals Google Ads, Meta, LinkedIn en TikTok, zijn niet in de geraamde waarde opgenomen, omdat deze de afgelopen jaren grotendeels rechtstreeks aan Slachtofferhulp Nederland zijn gefactureerd.
10	Concept Raamovereenkomst, art. 8 en 9; Algemene Inkoopvoorwaarden, art. 6	Kunt u bevestigen dat voor media-inkoop afwijkende betalingsafspraken mogelijk zijn, bijvoorbeeld vooruitbetaling of tussentijdse betaling op basis van mediaplanning, plaatsingsbevestiging of verplichtingen richting media-exploitanten?	Ja. Voor media-inkoop zijn, indien de aard van de opdracht daartoe aanleiding geeft, afwijkende betalingsafspraken mogelijk.
11	Selectieleidraad, par. 2.2, 2.7	Kunt u toelichten welke operationele media-inkoopcapaciteit binnen Perceel 1 wordt verwacht, en of deze capaciteit ook door een gespecialiseerde onderaannemer of groepsmaatschappij mag worden geleverd onder regie en eindverantwoordelijkheid van de hoofdaannemer?	Binnen Perceel 1 wordt verwacht dat de Opdrachtnemer in staat is om opdrachten op het gebied van mediastrategie, media-inzet en media-inkoop uit te voeren, voor zover dit onderdeel uitmaakt van de betreffende opdracht. Zoals aangegeven in het antwoord op vraag 110 en paragraaf 3.10 is het toegestaan om hiervoor gebruik te maken van een onderaannemer(s).
12	Selectieleidraad, par. 2.2 en 2.7	Kunt u nader toelichten waar de inhoudelijke grens ligt tussen mediastrategie/media-inzet binnen Perceel 1 en kanaalstrategie, campagne-optimalisatie en performance-uitvoering binnen Perceel 2?	Zie antwoord vraag 107
13	Selectieleidraad, par. 2.7 en 3.10	Kunt u bevestigen of een onderneming die onderdeel is van dezelfde groep/holding als een Gegadigde voor Perceel 1 zelfstandig als Gegadigde, combinant, onderaannemer of derde betrokken mag zijn bij een Verzoek tot deelneming voor Perceel 2?	Nee dat is niet toegestaan. Conform paragraaf 3.10 is het een Gegadigde slechts toegestaan voor één Perceel en op één wijze deel te nemen aan deze uitnodiging tot Verzoek tot deelneming.
14	Selectieleidraad, hoofdstuk 5; Bijlage 3a Referentiebladen Perceel 1	Kunt u bevestigen of één referentieopdracht voor meerdere kerncompetenties en selectiecriteria mag worden gebruikt, mits de gevraagde ervaring per kerncompetentie aantoonbaar wordt beschreven?	Zie antwoord op vraag 46
15	Selectieleidraad, par. 4.3.2 en hoofdstuk 5; Bijlage 3a Referentiebladen Perceel 1	Kunt u toelichten hoe de eis van een referentieopdracht met een doorlooptijd van minimaal twee jaar wordt geïnterpreteerd: gaat het om een contractuele samenwerkingsperiode, daadwerkelijke campagneperiode, of mogen meerdere opeenvolgende opdrachten binnen dezelfde klantrelatie en merkstrategie gezamenlijk worden beschouwd?	De eis van een referentieopdracht met een doorlooptijd van minimaal twee (2) jaar wordt geïnterpreteerd als een aantoonbare, aaneengesloten samenwerkings- en uitvoeringsperiode waarin de Opdrachtnemer substantieel betrokken is geweest bij de strategie, uitvoering en/of optimalisatie van de betreffende opdracht. Dit betekent dat niet uitsluitend wordt gekeken naar één formeel contract of één afgebakende campagneperiode. Ook meerdere opeenvolgende opdrachten binnen dezelfde klantrelatie en binnen een samenhangende merk- en communicatiestrategie kunnen gezamenlijk worden aangemerkt als één referentie, mits sprake is van inhoudelijke continuïteit, een doorlopende samenwerking en aantoonbare betrokkenheid van de Opdrachtnemer gedurende de volledige periode van minimaal twee jaar. Daarbij is van belang dat de referentie als geheel voldoende inzicht geeft in de langdurige aard van de samenwerking en de wijze waarop gedurende die periode strategische en/of uitvoerende werkzaamheden zijn verricht.
16	Selectieleidraad, hoofdstuk 5; Bijlage 3a Referentiebladen Perceel 1	Kunt u bevestigen dat resultaten, KPI's en budgetten in referenties vertrouwelijk mogen worden aangeleverd in bandbreedtes, relatieve verbeteringen of indexcijfers wanneer exacte cijfers niet openbaar of contractueel vertrouwelijk zijn?	Wanneer exacte resultaten, KPI's of budgetten niet openbaar zijn of contractueel vertrouwelijk zijn, mogen deze worden weergegeven in de vorm van bandbreedtes, relatieve verbeteringen, percentages of indexcijfers. De onderbouwing moet wel voldoende concreet blijven om de behaalde resultaten te kunnen beoordelen. Slachtofferhulp Nederland behoudt zich het recht voor om de verstrekte informatie te verifiëren bij de opgegeven referent.
17	Concept Raamovereenkomst, art. 1, 8 en 14; Algemene Inkoopvoorwaarden	Kunt u bevestigen dat eventuele aansprakelijkheidslimieten uitsluitend betrekking hebben op de vergoeding voor de eigen dienstverlening van Opdrachtnemer en niet op doorlopende media-inkoopkosten, productiekosten of andere aantoonbare derdenkosten die namens Opdrachtgever worden gemaakt?	Geen van de bepalingen waarnaar wordt verwezen heeft betrekking op aansprakelijkheidslimieten. Slachtofferhulp Nederland kan daarom geen antwoord geven op de vraag.
18	Concept Raamovereenkomst, art. 12; Bijlage 7 Verwerkersovereenkomst, art. 2	Kunt u bevestigen dat de Verwerkersovereenkomst alleen wordt gesloten voor Nadere Opdrachten waarin Opdrachtnemer daadwerkelijk persoonsgegevens verwerkt als verwerker in de zin van de AVG, en niet generiek voor alle werkzaamheden binnen Perceel 1?	Ja dat kunnen wij bevestigen. In de selectieleidraad is hierover het volgende opgenomen: Voor zover Opdrachtnemer in het kader van de uitvoering van een Nadere Opdracht persoonsgegevens verwerkt als verwerker in de zin van de Algemene Verordening Gegevensbescherming, sluiten Partijen voorafgaand aan die verwerking een Verwerkersovereenkomst.

19	Selectieleidraad Perceel 2 – Kerncompetentie 1	Kan SHN nader specificeren wat binnen deze aanbesteding onder een performancecampagne wordt verstaan en welke werkzaamheden hieronder worden verstaan (zoals strategie, conceptontwikkeling, contentcreatie, campagnebeheer, optimalisatie, rapportage en evaluatie)?	Alle genoemde werkzaamheden verstaan wij onder de ontwikkeling van een performance campagne. Denk hierbij aan de ontwikkeling van een always-on strategie voor verschillende doelgroepen, delicten en onderwerpen tot aan de ontwikkeling van een specifieke propositiecampagnes op bijvoorbeeld het onderwerp fraude of online seksueel misbruik (aansluitend op de merkcampagne).
20	Selectieleidraad Perceel 2 – Kerncompetentie 1	Zijn performancecampagnes uitsluitend gericht op conversie- en activatie doelstellingen, of vallen ook campagnes gericht op merkbekendheid en awareness binnen de scope van perceel 2?	Binnen perceel 2 verstaan wij onder conversie primair het realiseren van een afname van een online dienst. De campagnes binnen dit perceel zijn daarmee in de basis gericht op het stimuleren van de instroom naar online dienstverlening van Slachtofferhulp Nederland. Bereik, doelgroepbenadering en propositiebekendheid kunnen daarbij ondersteunend zijn. Campagnes met als hoofddoel merkbekendheid en brede awareness worden ondergebracht binnen perceel 1, waar de focus ligt op merkpositionering, bewustwording en lange termijn merkopbouw. Perceel 2 blijft daarmee primair gericht op performance, activatie en meetbare gedragsdoelstellingen.
21	Selectieleidraad Perceel 2	Welke typen campagnes verwacht SHN gedurende de overeenkomst binnen perceel 2 in te zetten (bijvoorbeeld always-on, tijdelijke campagnes, merkcampagnes, regionale campagnes of andere campagnevormen)?	We verwachten always-on campagnes te ontwikkelen en duurzame propositiecampagnes die aansluiten bij de merkcampagnes/de merkstrategie. Verder zien we kansen in de samenwerkingen met partners (mogelijk in campagnevorm) en afhankelijk van de subsidies die we ontvangen specifieke tijdelijke campagnes.
22	Selectieleidraad Perceel 2	Kan SHN aangeven welke mediakanalen en campagnevormen naar verwachting binnen perceel 2 worden ingezet (bijvoorbeeld social advertising, display, video, e-mailmarketing, marketing automation of andere kanalen)?	Naar verwachting zetten we social advertising, display en Google ads als primaire kanalen in. Per opdracht moet er gekeken worden naar wat passend is.
23	Selectieleidraad Perceel 2	Kan SHN inzicht geven in het aantal campagnes dat gedurende de afgelopen drie jaar binnen de scope van perceel 2 is uitgevoerd?	De afgegeven raming is gebaseerd op de campagnes van de afgelopen vier (4) jaar en omvat gemiddeld twee (2) tot vier (4) grotere opdrachten per jaar, aangevuld met een doorlopende always-on strategie gedurende het jaar.
24	Selectieleidraad, Perceelverdeling	Hoe is de verantwoordelijkheid verdeeld tussen perceel 1 (merkstrategie en campagneontwikkeling) en perceel 2 (performance marketing) bij geïntegreerde campagnes?	Zie ook antwoord op vraag 47 en vraag 107. Bij geïntegreerde campagnes zullen we, gezamenlijk, per campagne afstemmen hoe de samenwerking plaatsvindt. We zijn op zoek naar Opdrachtnemers die een partnerschap met ons aan gaan waarbij niet 1 perceel in the lead is, maar waarbij we samenwerken met een gezamenlijk doel.
25	Selectieleidraad, Perceelverdeling	Welke onderdelen van de campagneontwikkeling worden uitgevoerd binnen perceel 1 en welke werkzaamheden worden expliciet van de Opdrachtnemer van perceel 2 verwacht?	Zie ook antwoord op vraag 47. In beide percelen wordt verwacht dat opdrachten van concept tot media-strategie en evaluatie wordt uitgevoerd (eventueel met een combinant inschrijving).
26	Selectieleidraad	Welke KPI's hanteert SHN voor de uitvoering van perceel 2?	Binnen perceel 2 maken we doorgaans gebruik van de conversie op online dienstverlening (x seconden op een dienstwaardige websitepagina of bijvoorbeeld het bekijken van 50% van een dienstwaardige video).
27	Selectieleidraad, Historische KPI's Perceel 2 – Uitvoering	Welke KPI's zijn in vergelijkbare campagnes historisch gebruikt voor de beoordeling van resultaten?	Binnen perceel 2 maken we doorgaans gebruik van de conversie op online dienstverlening (x seconden op een dienstwaardige websitepagina of bijvoorbeeld het bekijken van 50% van een dienstwaardige video).
28	Selectieleidraad Datagedreven werken, Kerncompetentie 2	Welke databronnen zijn momenteel beschikbaar voor analyse, doelgroepsegmentatie, optimalisatie en rapportage?	Google Analytics is beschikbaar, data uit diverse advertentiekkanalen, naamsbekendheidonderzoeken, eindevaluaties van campagnes en diverse onderzoeken zoals maar niet uitsluitend doelgroeponderzoeken, delicten, het merk en de positie van slachtoffers in de maatschappij.
29	Selectieleidraad Beschikbare first-party data, Kerncompetentie 2	Welke first-party databronnen worden beschikbaar gesteld aan de toekomstige Opdrachtnemer?	Toegang tot Google Analytics en onze advertentiekkanalen worden beschikbaar gesteld aan toekomstige Opdrachtnemers. Waar nodig worden ook onderzoeken uit het verleden ter beschikking gesteld, evaluaties en bestaand werk.
30	Selectieleidraad Dashboards en rapportages Kerncompetentie 2	Maakt SHN gebruik van bestaande dashboards en rapportageomgevingen? Zo ja, worden deze beschikbaar gesteld aan de Opdrachtnemer?	Ja. Slachtofferhulp Nederland maakt gebruik van bestaande dashboards en rapportageomgevingen. Niet alle omgevingen worden extern beschikbaar gesteld. Dit geldt met name voor omgevingen die privacygevoelige informatie bevatten. Google Analytics, advertentieaccounts en andere voor de uitvoering van de opdracht relevante omgevingen worden in beginsel beschikbaar gesteld. Indien voor een specifieke opdracht aanvullende toegang noodzakelijk is, zal hierover in overleg worden getreden.
31	Selectieleidraad Dashboardbeheer Kerncompetentie 2	Wordt van de Opdrachtnemer verwacht dat een eigen dashboard wordt ontwikkeld en beheerd, of wordt gebruikgemaakt van bestaande SHN-omgevingen?	Slachtofferhulp Nederland maakt gebruik van eigen dashboards voor het meten van websiteverkeer, online dienstverlening en het gebruik van UTM-links. Waar passend en nodig wordt verwacht dat Opdrachtnemers eigen dashboards kunnen delen waar data verzameld wordt.
32	Selectieleidraad Tracking en attributie Kerncompetentie 2	Zijn er technische of organisatorische beperkingen ten aanzien van tracking, attributie en conversiemeting waarmee rekening moet worden gehouden?	Slachtofferhulp Nederland doet niet aan tracking cookies op de website in verband met de privacy en bescherming van onze doelgroep. Het meten van effectiviteit vindt plaats op basis van advertentiedata en conversieparameters binnen de beschikbare platformen. Hierbij wordt onder meer gekeken naar engagement, zoals tijd op relevante dienstverleningspagina's en de mate waarin videocontent wordt bekeken (bijvoorbeeld percentage video views).
33	Verwerkersovereenkomst Privacyvriendelijke meetmethoden	Zijn privacyvriendelijke meetmethoden, zoals server-side tracking of cookie-loze meetoplossingen, toegestaan mits deze voldoen aan de AVG?	In overleg met Slachtofferhulp Nederland en onze privacy officer kan worden bepaald welke meetmethoden passend en toegestaan zijn. Zonder nadere specificatie van de beoogde methode en de exacte toepassing daarvan kan hierover geen concrete toezegging worden gedaan.

34	Selectieleidraad Samenwerking tussen percelen	Hoe is de samenwerking tussen perceel 2 en perceel 3 ingericht ten aanzien van strategie, kanaalkeuzes, budgetallocatie, optimalisatie en rapportage?	De aanbesteding bestaat uit twee (2) percelen. Er is geen sprake van perceel 3. Voor de samenwerking tussen de percelen wordt verwezen naar het Programma van Eisen, waarin de samenwerking tussen perceel 1 en 2 is beschreven. Kort samengevat geldt dat de Opdrachtnemers van beide percelen, waar nodig, actief samenwerken en onderling afstemmen over onder meer strategie, content en campagne-invulling, media-inzet, planning, uitvoering, monitoring en evaluatie. Slachtofferhulp Nederland voert hierbij de regie en stelt de kaders, prioriteiten en besluitvorming vast
35	Selectieleidraad Omvang van de opdracht	Kan SHN een indicatie geven van: het historische of verwachte campagnevolume; de verhouding tussen bureau-inzet en media-investeringen; en de gemiddelde omvang van campagnes binnen perceel 2?	Slachtofferhulp Nederland realiseert binnen perceel 2 momenteel gemiddeld twee (2) tot vier (4) propositie- en/of performancecampagnes per jaar. In de afgelopen twee jaar is daarnaast een eerste stap gezet richting een meer always-on benadering, waarbij wordt gewerkt aan continue zichtbaarheid en een structurele instroom naar online dienstverlening. De ambitie is om deze ontwikkeling verder door te trekken naar een meer volwassen en geïntegreerde always-on strategie binnen perceel 2 met passende content/campagnes. De verhouding tussen bureau-inzet en media-investeringen varieert per campagne en is afhankelijk van de doelstelling en fase van optimalisatie, waarbij in performancecampagnes doorgaans een substantieel deel van het budget wordt ingezet voor media-activatie en optimalisatie. Campagnes binnen perceel 2 zijn over het algemeen compact van aard, iteratief ingericht en gericht op meetbare resultaten.
36	Algemene Inkoopvoorwaarden	Kunnen de bepalingen omtrent algoritmische toepassingen en AI worden geacht ook van toepassing te zijn op generatieve AI voor onder meer contentcreatie, doelgroepanalyse, campagneoptimalisatie en rapportage?	Ingevolge artikel 1.2 van de Algemene Inkoopvoorwaarden wordt onder een "Algoritmische toepassing" verstaan: software waardoor op geautomatiseerde wijze voorspellingen worden gedaan, beslissingen worden genomen en/of adviezen worden gegeven door gebruik te maken van zelflerende logica. Generatieve AI-toepassingen voor onder meer contentcreatie, doelgroepanalyse, campagneoptimalisatie en rapportage voldoen aan deze definitie en vallen daarmee onder de reikwijdte van artikel 26.
37	Programma van Eisen eis 19	Kan SHN bevestigen dat door de Opdrachtnemer ontwikkelde dashboards, rapportagemodellen, analysemethodieken, optimalisatieframeworks en AI-workflows eigendom blijven van de Opdrachtnemer, tenzij uitdrukkelijk anders is overeengekomen?	De vraag of het Intellectuele Eigendom bij de Opdrachtnemer dan wel Slachtofferhulp Nederland berust, wordt beantwoord aan de hand van het bepaalde in artikel 11 van de Concept Raamovereenkomst. Ingevolge artikel 11.3 behoudt Opdrachtnemer het Intellectuele Eigendom over pre-existente methodieken, modellen, tools en soortgelijke middelen. Onder de daarin bepaalde voorwaarden verleent Opdrachtnemer Slachtofferhulp Nederland een gebruiksrecht over deze middelen.
38	Selectieleidraad Governance	Kan SHN inzicht geven in het governanceproces binnen perceel 2, waaronder: het aantal interne stakeholders; de betrokken rollen en verantwoordelijkheden; en het proces voor briefing, besluitvorming en goedkeuring van campagnes?	Afhankelijk van de aard van de opdracht zijn er verschillende interne stakeholders betrokken. In de regel fungeren een marketing- en/of communicatieadviseur als primaire Opdrachtgever(s). Daarnaast is er vaak inhoudelijke afstemming met diverse stakeholders uit de organisatie, zoals beleidsmedewerkers, contentmanagers of adviseurs uit de dienstverlening. Afdelingshoofden, het bestuur en collega's uit de uitvoerende dienstverlening worden regelmatig betrokken, met name op strategische of gevoelige dossiers, maar hebben doorgaans een beperkte rol in de dagelijkse uitvoering of operationele besluitvorming. In situaties waarin gewerkt wordt met (ervarings)verhalen van slachtoffers, is er altijd een inhoudelijk betrokken medewerker aanwezig bij de productie. Bij concepten of campagnes met een verhoogd risico of maatschappelijke gevoeligheid wordt het bestuur geïnformeerd of geconsulteerd. Voor de dagelijkse uitvoering geldt dat er doorgaans één, en maximaal twee, vaste aanspreekpunten binnen Slachtofferhulp Nederland zijn per opdracht, die verantwoordelijk zijn voor de afstemming en voortgang richting de Opdrachtnemer.
39	Selectiecriterium	Is het mediabudget gedurende de looptijd van de overeenkomst flexibel inzetbaar tussen kanalen en campagnes, of gelden vooraf vastgestelde verdelingen of plafonds?	Mediabudget is, afhankelijk en indien passend bij de opdracht, flexibel inzetbaar waarbij mogelijk voorkeuren worden uitgesproken over de verdeling van het media-budget over diverse doelgroepen of advertenties op basis van vooraf opgestelde prioriteiten.
40	Programma van eisen	Krijgt de Opdrachtnemer toegang tot bestaande advertentieaccounts, analytics-omgevingen en tagmanagementsystemen, of wordt verwacht dat hiervoor nieuwe omgevingen worden ingericht?	Opdrachtnemers krijgen tijdens de duur van de samenwerking toegang tot Google Analytics en bestaande advertentieaccounts waaronder Meta, LinkedIn, Google Ads, Google Grant en TikTok.

41	Selectieleidraad	In Perceel 2 wordt expliciet verwezen naar nieuwe ontwikkelingen zoals AI binnen zoekmachines. Kan de aanbestedende dienst verduidelijken welke verwachtingen zij heeft op dit gebied? Gaat het om strategisch advies, SEO/GEO-optimalisatie, campagneoptimalisatie, contentontwikkeling, tooling, rapportage of experimenten binnen bestaande privacy- en AVG-kaders?	In Perceel 2 verwachten wij dat de verwijzing naar AI binnen zoekmachines breed wordt opgevat als de ontwikkeling van kennis en toepassing rondom de veranderende digitale zoek- en advertentieomgeving. Dit omvat onder andere strategisch advies over de impact van AI op zoekgedrag en vindbaarheid, maar ook de praktische doorvertaling daarvan naar de uitvoering van campagnes. Concreet kan hierbij gedacht worden aan SEO- en GEO-ontwikkeling (Generative Engine Optimisation), het verkennen en toepassen van nieuwe vormen van betaalde zichtbaarheid zoals GEA (Generative Engine Advertising), en het inzetten van AI-ondersteunde contentontwikkeling voor campagnes en assets. Daarnaast valt hieronder het experimenteren met en optimaliseren van campagnes binnen bestaande privacy- en AVG-kaders, inclusief het testen van nieuwe kanalen, formats en tooling waar relevant. Het gaat dus om een combinatie van strategisch inzicht, praktische toepassing in campagne-uitvoering en een experimentele houding ten aanzien van nieuwe technologieën die invloed hebben op zichtbaarheid en bereik.
42	Selectieleidraad	In de selectieleidraad staat dat maximaal drie inschrijvers met de hoogste realistische score op de schriftelijke kwaliteitscriteria worden uitgenodigd voor een pitch. Kan de aanbestedende dienst verduidelijken wat wordt bedoeld met "hoogste realistische score" en hoe wordt geborgd dat deze selectie transparant en objectief plaatsvindt? Kan de aanbestedende dienst daarnaast aangeven welke rol de pitch krijgt in de totale kwaliteitsbeoordeling en of de pitch afzonderlijk wordt beoordeeld ten opzichte van de schriftelijke inschrijving?	De objectiviteit en transparantie worden geborgd doordat alle inschrijvingen worden beoordeeld aan de hand van vooraf bekendgemaakte criteria en een uniforme beoordelingsmethodiek. Ten aanzien van de rol van de pitch geldt dat deze onderdeel uitmaakt van de gunningsfase. Zoals opgenomen in de Selectieleidraad is Slachtofferhulp Nederland voornemens een pitchfase te hanteren. De nadere invulling en uitleg van de beoordelingsmethodiek, de selectie voor deelname aan de pitch en de rol van de pitch binnen de totale beoordeling worden uitgewerkt in de Gunningsleidraad.
43	Programma van Eisen	In de stukken staat dat Slachtofferhulp Nederland resultaten kan delen met andere Opdrachtnemers die betrokken zijn bij aanverwante percelen of opvolgende opdrachten. Kan de aanbestedende dienst verduidelijken welke waarborgen worden getroffen om te voorkomen dat vertrouwelijke werkwijzen, bronbestanden, strategische modellen of onderscheidende bureau-aanpak van de ene Opdrachtnemer zonder noodzaak of beperking worden gedeeld met een andere Opdrachtnemer?	De waarborgen hiervoor zijn genoemd in artikel 13 van de Concept Raamovereenkomst en artikel 9 van de Algemene Inkoopvoorwaarden.
44	Selectiecriteria	In de selectiecriteria wordt gevraagd om concrete en verifieerbare onderbouwing met meetbare resultaten, KPI's, analyses of andere informatie. Kan de aanbestedende dienst verduidelijken welke vormen van bewijs worden geaccepteerd? Volstaan bijvoorbeeld: campagnerapportages; dashboards of screenshots van dashboards; KPI-overzichten; evaluaties met de Opdrachtgever; webanalytics; mediaprestaties; sollicitatie-, conversie- of bereikcijfers; verklaringen van referenten?	De aantoonbaarheid geschiedt aan de hand van een schriftelijke onderbouwing met concrete en verifieerbare informatie. Het is daarbij niet voldoende om uitsluitend te stellen dat ervaring aanwezig is. Van Gegadigde wordt verwacht dat wordt beschreven welke doelstellingen zijn behaald en hoe deze zijn gemeten, bijvoorbeeld aan de hand van KPI's, analyses, conversie-, bereik- of andere resultaatcijfers. De beoordeling vindt plaats op basis van de schriftelijke onderbouwing in de referentie. Het meesturen van aanvullende bewijsstukken is niet toegestaan. Slachtofferhulp Nederland behoudt zich het recht voor de onderbouwing te verifiëren bij de opgegeven referent zonder tussenkomst van de Gegadigde.
45	Bijlage 3a en 3b Referentiebladen	Voor beide percelen wordt ervaring gevraagd binnen een maatschappelijke, publieke of non-profit context. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat opdrachten voor publieke organisaties, onderwijsinstellingen, overheidsorganisaties, uitvoeringsorganisaties, stichtingen en maatschappelijk geïntereerde organisaties hieronder vallen? Kan de aanbestedende dienst daarnaast bevestigen dat arbeidsmarktcommunicatie- en employer branding-campagnes voor publieke of maatschappelijke organisaties ook kunnen kwalificeren, indien de campagne gericht was op een maatschappelijk relevant of gevoelig thema?	Ja. Onder een maatschappelijke, publieke of non-profit context verstaat Slachtofferhulp Nederland onder meer opdrachten uitgevoerd voor non profit organisaties die vallen onder publieke organisaties, overheidsorganisaties, onderwijsinstellingen, stichtingen en andere organisaties met een maatschappelijke doelstelling of publiek belang. Arbeidsmarktcommunicatie- en employer branding-campagnes worden in beginsel niet beschouwd als passend binnen de gevraagde kerncompetenties. Met de kerncompetenties beoogt Slachtofferhulp Nederland ervaring te toetsen met merk-, communicatie- en campagnevraagstukken gericht op maatschappelijke impact, bewustwording, activatie, gedragsverandering of het gebruik van dienstverlening binnen een maatschappelijke context.

46	Bijlage 3a en 3b Referentiebladen	Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat één referentieopdracht voor meerdere kerncompetenties en/of selectiecriteria mag worden gebruikt, mits uit de toelichting concreet en aantoonbaar blijkt dat aan de betreffende eisen wordt voldaan? En kan de aanbestedende dienst bevestigen dat dezelfde referentieopdracht ook voor verschillende percelen mag worden gebruikt, wanneer deze opdracht inhoudelijk aansluit op de kerncompetenties van beide percelen?	Ja, dit is toegestaan. Eén referentie kan meerdere kerncompetenties aantonen, mits per kerncompetentie afzonderlijk aantoonbaar wordt gemaakt dat aan de gestelde eisen wordt voldaan. De selectiecriteria worden beoordeeld aan de hand van dezelfde referenties die worden ingediend ten behoeve van de kerncompetenties. Indien aan een kerncompetentie een selectie criterium is gekoppeld, dient binnen diezelfde referentiebeschrijving tevens aantoonbaar te worden gemaakt dat aan de betreffende onderdelen van het selectie criterium wordt voldaan. Het is niet toegestaan om afzonderlijke of aanvullende referenties in te dienen ten behoeve van de selectiecriteria. Ten aanzien van de tweede vraag: Nee, dit is niet toegestaan. Gegadigden mogen slechts voor één perceel een Verzoek tot deelneming indienen. Hierdoor is het niet relevant om referenties voor meerdere percelen in te zetten. Referenties dienen uitsluitend betrekking te hebben op het perceel waarvoor wordt ingeschreven.
47	Concept Raamovereenkomst	In de stukken staat dat samenwerking tussen percelen plaatsvindt onder regie van de aanbestedende dienst. Kan de aanbestedende dienst toelichten hoe deze regie in de praktijk wordt ingericht? Wij denken hierbij aan: wie eindverantwoordelijk is voor de integrale merk- en campagnestrategie; wie verantwoordelijk is voor kanaalkeuzes en mediabudgetten wanneer merk- en performancebelangen samenkomen; hoe conflicten of verschillende adviezen tussen Opdrachtnemers worden opgelost; welke overlegstructuur en besluitvormingsmomenten worden voorzien.	De Concept Raamovereenkomst regelt niet de samenwerking en de regie. Artikel 13 van de Concept Raamovereenkomst regelt het delen van materialen en samenwerking tussen percelen. De Selectieleidraad beschrijft op verschillende plaatsen de samenwerking tussen bureaus. Als toevoeging daarop is Slachtofferhulp Nederland eindverantwoordelijk voor de integrale merk-, campagne- en mediastrategie en bepaalt de prioritering van opdrachten, de inzet van mediabudgetten en de definitieve kanaalkeuzes. De Opdrachtnemers binnen perceel 1 en perceel 2 werken nauw met elkaar samen om te zorgen voor een consistente en effectieve uitvoering van de merk- en campagneactiviteiten. Om deze samenwerking te faciliteren, wordt periodiek integraal overleg georganiseerd (bijvoorbeeld maandelijks), waarin lopende opdrachten, onderlinge afhankelijkheden, overlap, prioriteiten en eventuele knelpunten worden besproken. In de praktijk kunnen werkzaamheden uit beide percelen elkaar raken. Zo kan perceel 1 werken aan een nieuwe merkcampagne, terwijl perceel 2 tegelijkertijd een always-on performancecampagne uitvoert waarbij dezelfde kanalen, zoals Google Ads, worden ingezet. Ook kan een propositiecampagne vanuit perceel 2 aansluiten op de merkstrategie en merkcampagnes die binnen perceel 1 worden ontwikkeld. In dergelijke situaties kunnen Opdrachtnemers hun werkzaamheden eventueel onderling afstemmen, waarbij Slachtofferhulp Nederland de regie voert en besluiten neemt over de inzet van budgetten, doelstellingen, prioriteiten en de uiteindelijke uitvoering. Dit proces richten we graag samen in waarbij de organisaties uit perceel 1 en 2 gelijkwaardige partners zijn. De afbakening van werkzaamheden en verantwoordelijkheden vindt per opdracht plaats via de briefing van Slachtofferhulp Nederland. Slachtofferhulp Nederland bepaalt daarbij welk perceel verantwoordelijk is voor welke werkzaamheden. Werkzaamheden worden slechts eenmaal opgedragen en komen slechts voor vergoeding in aanmerking binnen het perceel waaraan deze werkzaamheden zijn toegewezen.

48	Selectieleidraad – afbakening merkcampagnes en performancecampagnes	In de beschrijving van Perceel 1 wordt gesproken over merkcampagnes, bewustwording, activatie, maatschappelijke impact, media-inzet en media-inkoop. In Perceel 2 wordt gesproken over performancecampagnes, propositiecampagnes, conversie, gedragsverandering, media-inzet en optimalisatie. Deze termen kunnen in de praktijk overlappen. Kan de aanbestedende dienst concreet toelichten op basis van welke criteria een nadere opdracht aan Perceel 1 of Perceel 2 wordt toegewezen? Bijvoorbeeld: wanneer een campagne zowel bijdraagt aan merkbekendheid als aan conversie of gedragsverandering, onder welk perceel valt deze opdracht dan?	Slachtofferhulp Nederland werkt in de basis met verschillende typen campagnes, elk met een eigen primaire doelstelling gericht op inhoudelijke merk- of naamsbekendheid, maatschappelijke bewustwording, propositiebekendheid en conversie.. Perceel 1 is primair bedoeld voor merkcampagnes, gericht op merkbekendheid, positionering en bewustwording. Perceel 2 is primair bedoeld voor performancecampagnes, gericht op conversie, activatie en gedragsverandering. Slachtofferhulp Nederland onderkent dat campagnes in de praktijk meerdere doelstellingen kunnen combineren en dat daarbij overlap kan bestaan tussen merk-, propositie-, content-, media- en performance-elementen. Juist daarom zijn de percelen complementair ingericht en is in de aanbestedingsstukken expliciet opgenomen dat samenwerking en afstemming tussen de percelen plaatsvindt onder regie van Slachtofferhulp Nederland. In gevallen waarin een campagne zowel bijdraagt aan merkbekendheid als aan conversie of gedragsverandering, wordt per opdracht bepaald waar de primaire focus ligt en welk perceel daarin leidend is. Waar nodig wordt de samenhang tussen beide percelen geborgd door actieve samenwerking tussen de betrokken Opdrachtnemers, onder regie van Slachtofferhulp Nederland. De overlap tussen beide percelen is daarmee geen reden om de perceelindeling los te laten, maar juist een reden om de samenwerking tussen specialistische percelen expliciet te organiseren. Slachtofferhulp Nederland acht deze inrichting passend bij de aard en doelstellingen van de opdracht.
49	Selectieleidraad	Perceel 1 richt zich op strategische merkpositionering, merkcampagnes en media-inzet. Perceel 2 richt zich op doelgroepgerichte performancecampagnes binnen merk- en positioneringskaders. In de praktijk zijn deze werkzaamheden sterk afhankelijk van elkaar, bijvoorbeeld bij de vertaling van merkstrategie naar campagneconcepten, contentformats, kanaalkeuze, KPI's en optimalisatie. Kan de aanbestedende dienst toelichten hoe zij voorkomt dat de scheiding tussen beide percelen leidt tot overlap, vertraging, extra afstemming, dubbel werk of versnippering in strategie en uitvoering?	Zie antwoord op vraag 47.
50	Selectieleidraad – onafhankelijkheid en belangenconflict percelen	Als reden voor de beperking tot één perceel noemt de aanbestedende dienst onder meer focus, capaciteit en onafhankelijkheid. Kan de aanbestedende dienst concretiseren welke vorm van afhankelijkheid of belangenconflict zij voorziet wanneer één partij beide percelen zou uitvoeren? Indien het risico vooral ziet op rolzuiverheid, is de aanbestedende dienst bereid te accepteren dat een Gegadigde dit borgt met gescheiden projectteams, duidelijke governance, separate rapportagelijnen en transparante besluitvorming per perceel?	Zie het antwoord op vraag 52.
51	Selectieleidraad, par. 2.7	In paragraaf 2.7 is opgenomen dat Gegadigden slechts voor één perceel een Verzoek tot deelneming kunnen indienen. Tegelijkertijd beschrijft de aanbestedende dienst dat de percelen complementair zijn ingericht en dat samenwerking en afstemming tussen de percelen noodzakelijk is. Ook blijkt uit de opdrachtomschrijving dat merkstrategie, campagneontwikkeling, media-inzet en performance marketing inhoudelijk sterk met elkaar samenhangen. Kan de aanbestedende dienst toelichten waarom deelname aan beide percelen op voorhand wordt uitgesloten, ook wanneer een Gegadigde aantoonbaar over de benodigde expertise, capaciteit en referenties beschikt voor beide percelen? Voorstel tot aanpassing: Is de aanbestedende dienst bereid toe te staan dat Gegadigden zich voor beide percelen aanmelden, waarbij de beoordeling per perceel separaat plaatsvindt en de aanbestedende dienst in de gunningsfase kan beoordelen of gunning aan één partij voor beide percelen wenselijk, proportioneel en uitvoerbaar is?	Slachtofferhulp Nederland heeft bewust gekozen voor een perceelindeling waarbij Gegadigden slechts voor één perceel een Verzoek tot deelneming kunnen indienen. Hoewel de percelen inhoudelijk raakvlakken kennen en samenwerking tussen de Opdrachtnemers wordt verwacht, vervullen beide percelen een eigen specialistische rol en expertisegebied. Met deze perceelindeling beoogt Slachtofferhulp Nederland specialisatie, focus, capaciteit en onafhankelijkheid in de uitvoering te borgen. Slachtofferhulp Nederland ziet daarom geen aanleiding om af te wijken van de in de Selectieleidraad opgenomen beperking dat slechts voor één perceel een Verzoek tot deelneming kan worden ingediend.

52	Selectieleidraad	De beperking tot één perceel lijkt de mededinging te beperken voor bureaus die zowel strategische merkcommunicatie als performance marketing geïntegreerd kunnen uitvoeren. Juist bij maatschappelijke campagnes kan samenhang tussen merk, propositie, content, media en data bijdragen aan effectiviteit, snelheid en resultaat. Kan de aanbestedende dienst onderbouwen waarom het uitsluiten van inschrijving op beide percelen proportioneel is in verhouding tot het doel van de aanbesteding? Voorstel tot aanpassing: Kan de aanbestedende dienst de beperking wijzigen naar: "Gegadigden mogen zich aanmelden voor beide percelen, mits zij per perceel aantonen over voldoende expertise, capaciteit en referenties te beschikken"?	Er is bewust gekozen om inschrijving op één perceel te beperken, omdat de percelen ieder een eigen specialistische rol vervullen. Hiermee wordt per perceel de benodigde focus, capaciteit en specialistische expertise geborgd. Daarnaast draagt deze keuze bij aan risicospreiding, de continuïteit van de dienstverlening en het beperken van de afhankelijkheid van één Opdrachtnemer.
53	Selectieleidraad	Kan Opdrachtgever nader toelichten welke aspecten van de referentieopdrachten in de selectiefase het zwaarst worden gewogen bij de beoordeling?	Er zijn geen onderdelen die binnen een selectiecriteria zwaarder wegen dan andere onderdelen. Per selectiecriteria wordt gekeken welke van de genoemde onderdelen aantoonbaar aanwezig zijn in de referentie. Hoe meer onderdelen aantoonbaar aanwezig zijn, hoe meer punten worden toegekend volgens de puntentoekenning zoals opgenomen in de Selectieleidraad.
54	Selectieleidraad: verdeling opdrachten	Kan Opdrachtgever nader toelichten hoe opdrachten worden toegewezen aan de betreffende bureaus wanneer een opdracht zowel merkpositionerings- als performance-doelstellingen bevat?	Zie antwoord op vraag 107
55	Selectieleidraad	Kan Opdrachtgever aangeven welk deel van de geraamde perceelwaarde van perceel 1 historisch betrekking had op mediabestedingen en welk deel op strategische en uitvoerende bureauwerkzaamheden?	De geraamde waarde van Perceel 1 is gebaseerd op de kosten van vergelijkbare opdrachten en campagnes uit de afgelopen vier (4) jaar, aangevuld met een inschatting van prijsontwikkelingen, inflatie, de verwachte beschikbare subsidiebudgetten en de merkambities van Slachtofferhulp Nederland. Historische uitgaven zijn echter niet volledig representatief voor de komende contractperiode. De aard en omvang van opdrachten, beschikbare budgetten en de verhouding tussen strategie, creatie en media kunnen gedurende de looptijd verschillen. Op basis van de historische gegevens schatten wij in dat circa 60% van de geraamde perceelwaarde betrekking heeft op mediabestedingen voor massamedia en circa 40% op strategische, creatieve en uitvoerende bureauwerkzaamheden. Kosten voor online media-inkoop via onder andere Meta, Google Ads, LinkedIn en TikTok zijn hierin niet opgenomen, omdat deze de afgelopen jaren grotendeels rechtstreeks aan Slachtofferhulp Nederland zijn gefactureerd. Deze verdeling is uitsluitend indicatief. Hieraan kunnen geen rechten worden ontleend. De daadwerkelijke inzet en budgetverdeling worden per Nadere Opdracht bepaald en zijn afhankelijk van de beschikbare middelen en de doelstellingen van de betreffende opdracht.
56	Selectieleidraad en Bijlage 1	Kan Opdrachtgever bevestigen welke documenten reeds in de selectiefase moeten worden aangeleverd en welke documenten pas na voorlopige gunning worden opgevraagd? Is bijlage 1 leidend en volledig?	Ja. Voor het Verzoek tot deelneming is Bijlage 1 leidend en volledig. De in Bijlage 1 genoemde documenten dienen te worden ingediend, voor zover deze op de betreffende Gegadigde van toepassing zijn. Zo hoeft bijvoorbeeld een Holdingverklaring alleen te worden ingediend indien sprake is van een holdingconstructie. Bewijsstukken die volgens de Selectieleidraad pas na de voorlopige selectie worden opgevraagd, hoeven niet direct te worden aangeleverd. Deze worden uitsluitend op verzoek van Slachtofferhulp Nederland opgevraagd bij de geselecteerde Gegadigden.
57	Selectieleidraad	De leidraad stelt dat Gegadigden voor de selectiecriteria dezelfde referenties als de kerncompetenties mogen indienen. Gelden voor de SC-referenties dezelfde vormvereisten als voor de KC-referenties (1 A4, Arial 10pt, marges 2,5cm), of is hier - gezien de hoeveelheid criteria - meer ruimte voor?	Voor referenties die worden gebruikt ten behoeve van de selectiecriteria gelden dezelfde vormvereisten als voor referenties die worden gebruikt ten behoeve van de kerncompetenties. Er wordt geen aanvullende beschrijvingsruimte geboden.
58	Selectieleidraad, 1.3 Achtergrond over de Opdracht	Welke informatie en input kunt u alvast met ons delen met betrekking tot de huidige merkpositionering?	Zie antwoord op vraag 131
59	Selectieleidraad, 2.1 Beschrijving van de Opdracht	Kunt u duiden wat u verstaat onder co-creatie tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer en in welke mate u dit wenst terug te zien in de vormgeving van de samenwerking?	Zie antwoord op vraag 47

60	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	U stelt dat de geraamde waarde inclusief media-inzet en media-inkoop is. Kunt u inzicht geven in wat de afgelopen jaren de gemiddelde uitgave voor media is geweest binnen perceel 1, of kunt u andere inzichten delen over de gewenste verhouding mediabudget ten opzichte van het budget voor strategische en creatieve werkzaamheden?	De geraamde waarde is gebaseerd op historische uitgaven binnen vergelijkbare campagnes en opdrachten in de afgelopen vier jaar, waarbij zowel strategische, creatieve als mediagerelateerde kosten zijn meegenomen. Voor perceel 1 geldt dat mediabudgetten in de praktijk naar schatting ongeveer 50 tot 70% van de totale campagne-investering omvatten. In de afgelopen jaren is daarbij gewerkt met variabele verhoudingen tussen bureaustkosten en media-inzet, afhankelijk van de aard van de campagne, de gekozen creatie, kanalen en de doelstellingen (zoals merkbekendheid, bewustwording of activatie). Daarbij is relevant dat uitgaven voor social advertising en Google Ads in de regel rechtstreeks via de platforms worden afgerekend en in de historische raming slechts beperkt of niet volledig zijn meegenomen. Dit betekent dat deze kosten niet altijd zichtbaar zijn in de opgegeven historische mediabudgetten. Een vaste verhouding tussen mediabudget en strategisch/creatief budget wordt niet gehanteerd, omdat dit per campagne verschilt. De uiteindelijke verdeling wordt per nadere opdracht bepaald op basis van doelstellingen, doelgroep en kanaalstrategie.
61	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	Maakt SHN voor de media inzet binnen Perceel 1 gebruik van de inzet van zowel above the line als below the line media? En kunt u inzage geven in de gemiddelde media-aanzet van de afgelopen jaren?	Beide vormen van media worden ingezet binnen perceel 1, afhankelijk van de opdracht, het budget en het media-advies wordt er een verdeling gemaakt. Zie ook vraag 60.
62	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	Worden campagneconcepten ontwikkeld binnen Perceel 1 gebruikt voor performance marketing onder Perceel 2? En zo ja, welk deel van de media inkoop valt onder het geraamde budget onder perceel 1 en waar zit de scheiding met de media inkoop onder Perceel 2?	Per opdracht wordt door Slachtofferhulp Nederland bepaald op welke wijze de inzet binnen en tussen de percelen wordt ingericht, inclusief de bijbehorende budgetten. De Opdrachtgever is hierin leidend in de afbakening tussen beide percelen. In de basis richt Perceel 1 zich op de ontwikkeling van merkstrategie en merkcampagnes, inclusief de bijbehorende conceptontwikkeling en media-inzet ten behoeve van merkbekendheid en positionering. Perceel 2 richt zich op performance- en propositiecampagnes, waarbij concepten en middelen worden ontwikkeld die aansluiten op de merkstrategie. Het is mogelijk dat campagneconcepten uit Perceel 1 doorwerken in of worden doorvertaald naar activiteiten binnen Perceel 2. In dat geval wordt per opdracht bepaald welk deel van de media-inzet en mediabudget wordt toegerekend aan welk perceel, afhankelijk van de primaire doelstelling van de campagne (merk versus performance). Er is daarmee geen vaste scheiding in media-inkoop tussen beide percelen; deze wordt per opdracht vastgesteld op basis van doelstelling, kanaalinzet en de rolverdeling tussen de betrokken Opdrachtnemers, onder regie van Slachtofferhulp Nederland. Zie ook de toelichting in vraag 52.
63	Selectieleidraad, 2.11 Intellectueel eigendom en gebruiksrechten	SHN wenst onvoorwaardelijke overdracht van intellectueel eigendom en gebruiksrechten. In het geval van de productie van campagne heeft Opdrachtgever onvermijdelijk te maken met rechten van derden die niet onvoorwaardelijk binnen het gestelde budget kunnen worden afgekocht (bijvoorbeeld voice-over, muziek, cast). Is SHN ermee akkoord dat eventuele afwijkende voorwaarden van dergelijke rechten voorafgaand aan een productie worden overlegd en afgestemd?	Uitgangspunt is dat de kosten die gemaakt worden om eventuele Intellectuele Eigendomsrechten van derden af te kopen die op grond van de Selectieleidraad en de Algemene Inkoopvoorwaarden bij SHN berusten, vallen binnen de kaders van de gestelde budgetten.
64	Selectieleidraad, 2.12 Gunningscriteria gunningsfase	U stelt dat SHN voornemens is om drie (3) Inschrijvers uit te nodigen voor de pitch. Onder 5.1 Selectie worden er maximaal vijf (5) genoemd. Kunt u het aantal partijen dat uitgenodigd wordt voor de Gunningsfase bevestigen?	Slachtofferhulp Nederland kan bevestigen dat in beginsel vijf (5) Gegadigden worden geselecteerd voor de gunningsfase. Binnen de gunningsfase is Slachtofferhulp Nederland voornemens om maximaal drie (3) Inschrijvers uit te nodigen voor de pitch.
65	Selectieleidraad, 2.12 Gunningscriteria gunningsfase	De gestelde Kwaliteitswens 1 suggereert dat er als onderdeel van de Gunningsfase om een referentiecasse wordt gevraagd. Hoe verhoudt Kwaliteitswens 1 zich tot de referenties die ten tijde van de Selectiefase reeds worden aangeleverd?	Kwaliteitswens 1 maakt onderdeel uit van de gunningsfase en staat los van de referenties die in de selectiefase worden ingediend. Geselecteerde inschrijvers mogen voor Kwaliteitswens 1 een praktijkcase gebruiken van een referentie die in de selectiefase is aangeleverd, maar zijn daartoe niet verplicht. Het staat Inschrijvers vrij een andere praktijkcase in te dienen, indien zij van mening zijn dat deze beter aansluit bij de uitvraag zoals opgenomen in de Gunningsleidraad. De praktijkcase dient in alle gevallen te voldoen aan de eisen en voorwaarden zoals opgenomen in de Gunningsleidraad. De definitieve invulling van Kwaliteitswens 1 wordt uitgewerkt in de Gunningsleidraad.

66	Selectieleidraad, 2.12 Gunningscriteria gunningsfase	Wenst SHN onder Kwaliteitswens 2 een strategische en creatieve uitwerking voor de pitch op een fictieve briefing? Zo ja, stelt Slachtofferhulp Nederland daarvoor een vergoeding beschikbaar aan de geselecteerde partijen? Wij verwijzen hierin ook naar de VIA Pitchcode 2025 (https://vianederland.nl/kennisbank/via-pitchcode) waarin het beschikbaar stellen van een vergoeding voor een strategische en creatieve pitch als de norm wordt gesteld.	De invulling van de fictieve briefing wordt momenteel nog uitgewerkt. Slachtofferhulp Nederland is voornemens om tijdens de pitch geen volledig uitgewerkte strategische en creatieve voorstellen uit te vragen, maar vraagt wel om een eerste conceptuele uitwerking. Voor de pitchvergoeding verwijzen wij naar het antwoord op vraag 118.
67	Selectieleidraad, 2.12 Gunningscriteria gunningsfase	Kunt u bevestigen dat SHN de gegunde partij zal vergoeden indien het gepitchte concept uit de Gunningsfase uiteindelijk door SHN in gebruik genomen wordt?	We kunnen dat niet bevestigen. De Inschrijver aan wie de opdracht wordt gegund komt niet in aanmerking voor een pitchvergoeding.
68	Selectiecriteria 3	Binnen deze referentie wenst u een co-creatie samenwerking te zien met minimaal twee (2) verschillende externe partijen. Kan een co-creatie samenwerking met een Opdrachtgever ook gelden als één van de minimaal twee partijen, gezien dit ook een specifieke wens is in de beschrijving van de samenwerking tussen SHN en Opdrachtnemer?	Nee. Met de eis van samenwerking met minimaal twee (2) verschillende externe partijen wordt bedoeld op samenwerking met verschillende externe disciplines, bureaus of specialistische partijen die gezamenlijk betrokken zijn bij de uitvoering van de opdracht. De Opdrachtgever wordt in dit kader niet aangemerkt als één van deze externe partijen.
69	Selectiecriteria 4	Er ontbreekt een beschrijving van Perceel 1 - Selectiecriteria 4 Campagneaanpak en werkwijze. Kunt u aangeven wat de vereisten zijn voor de beantwoording van dit Selectiecriteria 4?	Dit is een bewuste keuze. Ten aanzien van perceel 1 ontbreekt geen selectiecriteria 4. Perceel 1 bevat 3 selectiecriteria en Perceel 2 bevat 4 selectiecriteria. De kerncompetenties worden gebruikt voor de toetsing van de geschiktheid van de Gegadigde. Gegadigden dienen aan alle kerncompetenties te voldoen om in aanmerking te komen voor verdere beoordeling. De selectiecriteria worden gebruikt voor de nadere inhoudelijke beoordeling en rangschikking van de Gegadigden. Hierbij wordt niet iedere kerncompetentie afzonderlijk als selectiecriteria 4 beoordeeld. De referenties die worden ingediend voor de kerncompetenties dienen tevens als onderbouwing voor de selectiecriteria, voor zover deze aansluiten op de betreffende criteria. Er ontbreekt derhalve geen selectiecriteria 4.
70	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	Waarom is er, ondanks de expliciete marktsuggestie tot samenvoeging, toch gekozen voor gescheiden percelen?	Slachtofferhulp Nederland is deels tegemoetgekomen aan de signalen uit de marktconsultatie waarin versnippering als risico werd benoemd. Op basis daarvan is het aantal percelen teruggebracht en is gekozen voor een indeling in twee duidelijk afgebakende expertisedomeinen: merk (Perceel 1) en performance (Perceel 2). Tegelijkertijd is bewust niet gekozen voor volledige samenvoeging, omdat beide domeinen in de praktijk vragen om verschillende specialistische competenties, werkvormen en ritmes van uitvoering. Daarnaast verschilt de aard van de opdrachten, de focus (lange termijn merkopbouw versus kort-cyclische optimalisatie) en de benodigde expertise in media- en datagedreven werken. De gekozen perceelstructuur beoogt daarmee een balans te vinden tussen samenhang in strategie en het borgen van voldoende specialistische diepgang per domein.
71	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	Als consistentie het doel is maar de structuur gefragmenteerd blijft in percelen, wie krijgt dan feitelijk de regie? Licht die bij Slachtofferhulp Nederland zelf, of wordt verwacht dat het Perceel 1-bureau (strategie) die rol op zich neemt richting de andere bureaus?	Slachtofferhulp Nederland heeft de regie in samenwerking tussen de percelen en over de opdrachten. Zie ook vraag 47.
72	Selectieleidraad, 1.3 Achtergrondinformatie over de opdracht	De 2025-campagne is het "fundament" voor de merkstrategie. Is dit een vaststaand uitgangspunt waarbinnen we werken, of staat herpositionering (genoemd in Perceel 1) al op de agenda? In hoeverre is er vrijheid om af te wijken en/of aan te scherpen?	De campagne '101 redenen om Slachtofferhulp te bellen' vormt het inhoudelijke en strategische vertrekpunt voor de verdere ontwikkeling. Binnen deze kaders wordt voortgebouwd aan de doorontwikkeling van communicatie en middelen, gericht op het versterken van de maatschappelijke ambitie van SHN om hulp zoeken te normaliseren en de beeldvorming rondom ingrijpende gebeurtenissen en slachtofferschap te verbreden. Er is geen sprake van een vooraf vastgestelde herpositioneringsopgave binnen deze opdracht; wel is er ruimte om het bestaande concept strategisch en creatief door te ontwikkelen en aan te scherpen, mits dit aansluit op het bestaande campagnefundament en de merkwaarden van SHN.
73	Selectieleidraad, 1.3 Achtergrondinformatie over de opdracht	Wat betekent "reframen van slachtofferschap in de samenleving" concreet? Is er bestaand onderzoek, een visie of een intern kader voor dit te duiden en te sturen.	"Reframen van slachtofferschap" betekent dat je de manier verandert waarop mensen het begrip 'slachtoffer' interpreteren: van een label dat je al dan niet hebt, naar een bredere erkenning van ingrijpende gebeurtenissen. Het doel is dat hulp zoeken minder wordt gezien als iets uitzonderlijks of stigmatiserends, en meer als een normale stap na impactvolle ervaringen.

74	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	Is er een vastgesteld proces of toetsingsmoment waarin creatie en mediakeuze worden beoordeeld op maatschappelijke sensitiviteit, en wie heeft daarin de eindverantwoordelijkheid?	Er is geen afzonderlijk, formeel vastgesteld toetsingsmoment dat specifiek is ingericht op het beoordelen van creatie en mediakeuze op maatschappelijke sensitiviteit. In de praktijk is dit wel een integraal onderdeel van het reguliere besluitvormings- en goedkeuringsproces binnen campagnes. In dit proces worden concepten, middelen en mediakeuzes beoordeeld door de betrokken interne stakeholders van Slachtofferhulp Nederland, waaronder marketing- en communicatieadviseurs en inhoudelijk betrokken collega's (bijvoorbeeld vanuit beleid of content). De eindverantwoordelijkheid voor de inhoudelijke afweging, inclusief maatschappelijke sensitiviteit en de uiteindelijke goedkeuring van campagnes en mediainzet, ligt bij Slachtofferhulp Nederland. Daarbij wordt per opdracht bepaald welke interne rollen betrokken zijn en op welk moment besluitvorming plaatsvindt, afhankelijk van de aard en gevoeligheid van de campagne.
75	Selectieleidraad, 2.2 Gewenste situatie	Slachtofferhulp werkt met kwetsbare doelgroepen. Welke doelgroepsegmentatie is er al en is er een onderzoeksbasis (kwalitatief/kwantitatief) over hoe doelgroepen het merk en de boodschap nu ervaren?	We werken met verschillende doelgroepen: Jongeren (16-24 jaar), Slachtoffers 25+, getuigen en nabestaanden, helpers (personen in de omgeving van slachtoffers), Professionals (mensen die tijdens hun werk in aanraking komen met slachtoffers), ketenpartners en experts (denk aan de politie of inhoudelijke kennisexperts) en samenwerkingspartners (andere organisaties). Er zijn verschillende onderzoeken beschikbaar waaronder maar niet uitsluitend doelgroeponderzoek op jongeren en professionals, naamsbekendheid onderzoeken en slachtofferschap in de maatschappij.
76	Concept Raamovereenkomst, art. 5.1	Art. 5.1 hanteert bij tussentijdse opzegging door Opdrachtgever een opzegtermijn van slechts twee (2) maanden. Voor een meerjarig contract waarbij Opdrachtnemer bezetting, tooling en klantteams heeft ingericht, is twee maanden onvoldoende voor een geordende afwikkeling en is economisch onevenredig nadelig voor Opdrachtnemer. Verzoek om artikel 5.1 zodanig te wijzigen dat de opzegtermijn bij tussentijdse beëindiging door Opdrachtgever minimaal drie (3) maanden bedraagt.	Wij gaan akkoord. Artikel 5.1 wordt gewijzigd als volgt: Deze Raamovereenkomst kan tussentijds eenzijdig worden beëindigd door Opdrachtgever of met wederzijds goedvinden van Partijen. In dergelijke gevallen geldt een opzegtermijn van drie (3) maanden." De Concept Raamovereenkomst wordt conform aangepast.
77	Concept Raamovereenkomst, art. 11	Artikel 11.1 en 11.2 bepalen dat alle IE-rechten op resultaten, inclusief toekomstige rechten, persoonslijksrechten, rechten op concepten, slogans en advertising properties, bij ondertekening volledig en onherroepelijk worden overgedragen aan SHN. Verzoek om de overdracht van IE-rechten te beperken tot resultaten die uitsluitend en specifiek voor SHN zijn gecreëerd en geen bredere toepasbaarheid hebben.	Artikel 11.1 en 11.2 van de concept Raamovereenkomst voorzien in een overdracht van Intellectuele Eigendomsrechten op Prestaties, Documentatie en/of Resultaten die voor of op verzoek van Slachtofferhulp Nederland zijn gecreëerd, ontworpen of vervaardigd en/of onder leiding of toezicht van Slachtofferhulp Nederland dan wel aan de hand van haar verzoeken, instructies of ontwerpen is of wordt gerealiseerd, onafhankelijk van de vraag of deze Prestaties, Documentatie en/of Resultaten een 'bredere toepasbaarheid' hebben. Artikel 11.3 beschermt uitdrukkelijk pre-existente methodieken, modellen, tools en soortgelijke middelen die de Opdrachtnemer vóór de opdracht al bezat, onder de in artikel 11.3 genoemde voorwaarden.
78	Concept Raamovereenkomst, art. 11	Artikel 11.4 bepaalt dat bij een geschil over IE-rechten er vanuit wordt gegaan dat de rechten bij SHN berusten (omkering bewijslast), en dat SHN het werk mag blijven gebruiken ongeacht de uitkomst van dat geschil. Verzoek om de omkeringsregel in artikel 11.4 te schrappen: bij een geschil dient de bewijslast te rusten op de partij die aanspraak maakt op de rechten.	Dit verzoek wordt niet gehonoreerd. Alle Prestaties en Resultaten worden voor of op verzoek van Slachtofferhulp Nederland gecreëerd. Het is in dat licht redelijk dat twijfel over de toedeling van rechten in het voordeel van Slachtofferhulp Nederland uitvalt. De regel geldt bovendien "behoudens tegenbewijs". Voor pre-existente middelen biedt artikel 11.3 de Opdrachtnemer reeds een uitdrukkelijk instrument om diens rechten over pre-existente methodieken, modellen, tools en soortgelijke middelen veilig te stellen.
79	Concept Raamovereenkomst, art. 11	Artikel 11.3 verplicht Opdrachtnemer een gebruiksrecht te verlenen op pre-existente methodieken dat zo ruim is geformuleerd dat SHN deze ook mag delen met andere Opdrachtnemers. Vakkennis, werkwijzen en generiek inzetbare creatieve concepten vormen de kern van de bedrijfsvoering van Opdrachtnemer en kunnen niet per contract worden overgedragen aan andere Opdrachtnemers. Verzoek om het gebruiksrecht op pre-existente middelen te beperken tot gebruik door enkel SHN zelf en deze enkel met andere Opdrachtnemers te delen met nadrukkelijk akkoord van Opdrachtnemer.	Dit verzoek wordt niet gehonoreerd. Zie het antwoord op vraag 129.
80	Concept Raamovereenkomst, art. 12	Artikel 12.2 beperkt de aansprakelijkheid van Opdrachtnemer tot het hoogste van driemaal de vergoeding of EUR 1.250.000,- per gebeurtenis. Dit bedrag overstijgt de gebruikelijke verzekeringslimieten voor bureaus in de creatieve sector wezenlijk en is marktconform te hoog. Verzoek om het aansprakelijkheidslimiet voor Opdrachtnemer te verlagen naar maximaal EUR 500.000,- per gebeurtenis, met een max van EUR 1.000.000,- per jaar, overeenkomstig gangbare marktpraktijk.	Slachtofferhulp Nederland gaat akkoord met de beperking van het aansprakelijkheidslimiet te beperken tot maximaal EUR 500.000,- per gebeurtenis, met een max van EUR 1.000.000,- per jaar. Aan de Concept Raamovereenkomst zal een artikel worden toegevoegd met de afwijking op artikel 12.2 van de Algemene Inkoopvoorwaarden.
81	Concept Raamovereenkomst, art. 12	Artikel 12.3 sluit indirecte schade en gevolgschade uitsluitend uit voor SHN als Opdrachtgever. Voor Opdrachtnemer ontbreekt een equivalente uitsluiting van indirecte schade volledig. Verzoek om een expliciete uitsluiting van indirecte schade, gevolgschade, gederfde winst en reputatieschade toe te voegen voor beide partijen, overeenkomstig de beperking die artikel 12.3(a) reeds aan SHN toekent.	Slachtofferhulp Nederland gaat gedeeltelijk akkoord met het verzoek. Slachtofferhulp Nederland gaat niet akkoord met het uitsluiten van indirecte schade, gevolgschade en reputatieschade. Wel is Slachtofferhulp Nederland bereid schade als gevolg van gederfde winst, gemiste inkomsten, gemiste omzet, gemiste besparingen, schade door bedrijfs- en andersoortige stagnatie uit te sluiten voor Leverancier. Aan de Concept Raamovereenkomst zal een artikel worden toegevoegd met de afwijking op artikel 12.3 van de Algemene Inkoopvoorwaarden.

82	ANBI-status	In de selectiecriteria wordt de ANBI-status van de referentie-Opdrachtgever gehanteerd als scorend element (o.a. Selectie criterium 1, paragraaf 5.3.1 en 5.4.1). Kunt u misschien verduidelijken hoe strikt dit criterium wordt geïnterpreteerd: in hoeverre komen referentieopdrachten uitgevoerd voor Opdrachtgevers met een publieke of non-profit rechtsvorm, zoals overheidsorganisaties of stichtingen zonder formele ANBI-status, ook in aanmerking voor puntentoekenning?	Zie het antwoord op vraag 5
83	Selectieleidraad	In paragraaf 2.3 worden de geraamde en maximale waarden per perceel genoemd. Kunt u aangeven of het mediabudget inbegrepen is in deze bedragen?	In de geraamde waarden van de percelen zijn de inkoop van massa media meegenomen. De inkoop van online media, waaronder specifiek Meta, Google Ads, LinkedIn en TikTok, vallen buiten de raming en worden rechtstreeks aan Slachtofferhulp Nederland gefactureerd.
84	Solvabiliteitsverklaring	In de solvabiliteitsverklaring wordt verzocht het solvabiliteitscijfer over het jaar 2024 op te nemen. Indien de Opdrachtnemer in het betreffende jaar nog niet bestond, is het niet mogelijk aan dit verzoek te voldoen. In dat geval wordt verzocht het veld te mogen invullen met "n.v.t.", onder vermelding van de oprichtingsdatum van de onderneming.	Bijlage 13 komt te vervallen, zie het antwoord op vraag 99. n plaats daarvan geldt dat Gegadigden dienen te beschikken over een goedkeurende accountantsverklaring over het meest recent afgesloten boekjaar, zonder continuïteitsparagraaf.
85	Selectieleidraad, par. 5.4	In perceel 2 worden zes kerncompetenties benoemd, slechts vier worden meegenomen in de beoordeling. Is dit bewust?	Dit is een bewuste keuze. De kerncompetenties worden gebruikt voor de toetsing van de geschiktheid van de Gegadigde. De selectiecriteria worden gebruikt voor de nadere beoordeling en rangschikking. Niet alle kerncompetenties worden afzonderlijk beoordeeld binnen de selectiecriteria, omdat deze in sommige gevallen reeds voldoende onderscheidend zijn in de geschiktheidstoets.
86	Selectieleidraad, par. 5.4.1	In de omschrijving van kerncompetentie 1 wordt als context 'maatschappelijke, publieke of non-profit context' gehanteerd. Verderop in het document wordt echter als eis gesteld dat de referentieopdracht is uitgevoerd voor een Opdrachtgever met een officiële ANBI-status. Welke omschrijving is bepalend voor de beoordeling van de referentieopdracht?	Zie antwoord op vraag 82, vraag 45 en vraag 106.
87	Selectieleidraad, par. 5.4.1	In het programma van eisen wordt gesteld dat uitingen ontwikkeld dienen te worden conform de WCAG-richtlijn. Op welke manier wordt verwacht dat de WCAG-richtlijn wordt toegepast binnen de ontwikkeling van uitingen voor performance campagnes?	Binnen Perceel 2 wordt verwacht dat WCAG-richtlijnen worden toegepast op alle digitale uitingen die binnen de invloedssfeer van de Opdrachtnemer vallen, met name de ontwikkeling van content. Denk hierbij aan bijvoorbeeld maar niet uitsluitend het gebruik van ondertiteling in video's, kleurcontrast en B1 taalgebruik. Voor advertentieplatformen zelf geldt dat WCAG niet altijd volledig toepasbaar is, maar de doorlopende klantreis (van advertentie tot conversie) dient zoveel mogelijk toegankelijk te worden ingericht. De concrete toepassing wordt per campagne afgestemd binnen de technische mogelijkheden van de kanalen en de opdracht.
88	Selectieleidraad, par. 5.4.1	In het programma van eisen wordt een minimumomzet van € 70.000 gehanteerd als geschiktheidseis. Wat is de onderbouwing voor deze grens, en op welke manier is de proportionaliteit hiervan getoetst in relatie tot de omvang van de opdracht?	Slachtofferhulp Nederland merkt op dat geen sprake is van een geschiktheidseis, maar van een beoordelingsaspect binnen een selectie criterium. Het genoemde bedrag van maximaal €70.000 wordt gebruikt als één van de beoordelingsaspecten binnen de inhoudelijke beoordeling van referentie. Referenties met een hoger budget kunnen worden ingediend en leiden niet tot uitsluiting van Gegadigden. Het bedrag is vastgesteld in relatie tot de aard en omvang van de opdrachten die naar verwachting binnen perceel 2 worden verstrekt. Daarbij is onder meer gekeken naar de geraamde opdrachtwaarde van perceel 2 en de omvang van de campagnes die binnen de scope van dit perceel worden uitgevoerd.
89	Selectieleidraad, par. 5.4.2	In selectie criterium 2 van Perceel 2 wordt extra punten toegekend indien de referentie complexe of gevoelige doelgroepen bevatte, waarbij aantoonbaar rekening is gehouden met maatschappelijke sensitiviteit, toegankelijkheid of ethische afwegingen. Wanneer is er volgens Opdrachtgever sprake van een gevoelige doelgroep in de zin van dit criterium?	Binnen dit selectie criterium wordt onder een "gevoelige doelgroep" verstaan: doelgroepen waarbij de aard van het vraagstuk of de context vraagt om verhoogde zorgvuldigheid in toon, benadering en communicatie, vanwege mogelijke emotionele, sociale of maatschappelijke impact. Daarvan kan bijvoorbeeld sprake zijn bij doelgroepen die zich bevinden in een kwetsbare of ingrijpende levenssituatie, of waar communicatie directe invloed kan hebben op welzijn, vertrouwen of handelingsperspectief. Ook situaties waarin sprake is van maatschappelijke gevoeligheid, stigma, privacyrisico's of verhoogde emotionele belasting vallen hieronder. Het gaat daarbij niet om een limitatieve opsomming, maar om de mate waarin de doelgroep en context vragen om aantoonbare ethische afwegingen, toegankelijke communicatie en maatschappelijke sensitiviteit in de uitvoering van campagnes en optimalisaties.
90	Selectieleidraad, par. 5.4.3	In selectie criterium 3 van Perceel 2 wordt verwezen naar bewezen effectief gebruik van 'GEA'. Wij gaan ervan uit dat hier 'SEA' wordt bedoeld. Kunt u bevestigen dat dit klopt?	Zie antwoord vraag 2

91	Selectieleidraad, par. 5.4.3	In selectiecriteria 3 van Perceel 2 worden punten toegekend voor bewezen effectief gebruik van LinkedIn, TikTok, SEA, DOOH, Podcast en/of Vodcast binnen één referentieopdracht, met een totaalbudget van maximaal €70.000. Dit betreft een zeer specifieke en ongebruikelijke kanaalmix binnen een beperkt budget. Is deze combinatie bewust gekozen? En in hoeverre is het wenselijk dat een referentie al deze kanalen omvat, gegeven dat gefragmenteerde mediaplannen met een beperkt budget doorgaans minder effectief zijn?	Nee, het is niet de bedoeling dat een referentie alle genoemde kanalen omvat. De genoemde kanalen zijn voorbeelden van relevante middelen waarmee aanvullende punten kunnen worden behaald. Slachtofferhulp Nederland hecht juist waarde aan een onderbouwde kanaalkeuze die aansluit bij de doelgroep, campagnedoelstelling en het beschikbare budget. Dit sluit aan bij kerncompetentie 4, waarin aantoonbare ervaring wordt gevraagd met het onderhouden selecteren en inzetten van kanalen op basis van doelgroepinzichten, data en campagnedoelstellingen. De beoordeling ziet daarom op de kwaliteit van de gemaakte kanaalkeuze en de aantoonbare ervaring met de inzet van relevante kanalen, niet op het realiseren van een zo breed mogelijke kanaalmix.
92	Selectieleidraad, par. 5.4.3	In selectiecriteria 3 van Perceel 2 wordt gevraagd naar ervaring met het vertalen van een concept naar middelen en het inzetten daarvan via verschillende kanalen. Het is ons niet duidelijk of hiermee wordt bedoeld op de ontwikkeling van middelen, de media-inzet daarvan, of beide. Wordt hier gezocht naar een reclamebureau, een mediabureau, of een combinatie van beide?	Het selectiecriteria is bedoeld voor partijen die in staat zijn om zowel de creatieve doorvertaling van een concept als de daadwerkelijke inzet via digitale kanalen te verzorgen binnen een geïntegreerde campagneaanpak. Daarmee zoeken we primair naar een (performance) marketingbureau dat de volledige keten kan overzien en uitvoeren: van conceptontwikkeling en creatie van middelen tot en met de strategische en operationele inzet van media. Samenwerking met gespecialiseerde partners is daarbij mogelijk, maar de kern ligt bij een partij die creatie en media-inzet in samenhang kan organiseren en optimaliseren.
93	Selectieleidraad, par. 5.4.3	Wat wordt verstaan onder 'afstemming tussen disciplines of kanalen, onderbouwd met plannings, overlegstructuren of coördinatiemechanismen'? Gaat het hierbij om de interne afstemming binnen het bureau, de afstemming met de Opdrachtgever, of beide?	Onder "afstemming tussen disciplines of kanalen" wordt verstaan de afstemming die plaatsvindt tussen betrokken disciplines, kanalen en/of partijen binnen een opdracht. Dit kan zowel interne afstemming binnen het bureau, afstemming met de Opdrachtgever als afstemming met andere betrokken partijen omvatten, voor zover relevant voor de uitvoering van de opdracht.
94	Selectieleidraad, par. 5.4.4	In de omschrijving van dit onderdeel wordt gesteld dat de samenwerking plaatsvond met een bureau gespecialiseerd in merkstrategie en/of naamsbekendheid campagnes. Dit lijkt niet in lijn met de scope van Perceel 1, waar het niet gaat om de uitvoering maar om campagneontwikkeling. Kunt u verduidelijken of deze formulering aansluit bij de beoogde scope, en zo niet, of deze aangepast wordt?	Binnen de scope van perceel 1 vallen zowel de ontwikkeling van campagnes als de uitvoering. Zie ook kerncompetentie 2 voor perceel 1 en de opdrachtoomschrijving in hoofdstuk 2.2 perceel 1 uit de selectieleidraad.
95	Selectieleidraad, par. 2.2	In sectie 2.2 wordt in de beschrijving van de gewenste situatie genoemd dat het bureau dient te ondersteunen bij nieuwe ontwikkelingen, waaronder AI in zoekmachines. Dit aspect komt echter niet terug in de eisen of criteria voor de referentieopdrachten. Kunt u verduidelijken op welke wijze kennis van en ervaring met dergelijke ontwikkelingen dient te worden aangetoond?	Zie antwoorden op vraag 41 en vraag 2.
96	Selectieleidraad, par. 5.4.4	Op welke wijze wordt verwacht dat de inrichting van gezamenlijke besluitvorming wordt aangetoond in de case — bijvoorbeeld via governance-structuren, stuurgroepen of documentatie?	De inrichting van gezamenlijke besluitvorming dient te worden aangetoond aan de hand van concrete en verifieerbare beschrijvingen van de wijze waarop samenwerking in de praktijk is georganiseerd en geborgd. Dit kan bijvoorbeeld blijken uit een toelichting op de governance-structuur (zoals overleglagen, besluitvormingslijnen en verantwoordelijkheden), de inrichting van stuurgroepen of projectoverleggen, en de manier waarop afstemming en besluitvorming binnen de samenwerking plaatsvonden.
97	Selectieleidraad, par. 5.4.4	In de omschrijving van het betreffende onderdeel wordt gesteld dat de referentieopdracht bewezen effectief gebruik heeft gemaakt van DOOH, Podcast of Vodcast. De formulering laat ruimte voor interpretatie: dient de referentieopdracht zowel DOOH als een Podcast of Vodcast te bevatten (cumulatief), of volstaat de inzet van één van deze kanalen (alternatief)? Wij verzoeken u te verduidelijken of het hier een cumulatieve dan wel een alternatieve voorwaarde betreft.	De referentieopdracht dient een van deze middelen te bevatten.
98	Selectieleidraad, par. 5.4.2	In de puntensystematiek van Selectiecriteria 2 levert zowel nul (0) als één (1) aantoonbaar aanwezig onderdeel 0 punten op. Dit staat op gespannen voet met de inleidende tekst, waarin wordt gesteld dat aanvullende punten worden toegekend indien de referentie één of meer van de onderstaande elementen bevat. Wij verzoeken u deze inconsistentie te verduidelijken en waar nodig de beoordelingstabel of de inleidende tekst aan te passen.	Ja. Dit is een bewuste keuze. Slachtofferhulp Nederland hecht waarde aan referenties waarin meerdere relevante elementen aantoonbaar in samenhang zijn toegepast dan aan referenties waarin slechts één element aanwezig is. De inleidende tekst blijft daarom ongewijzigd; aanvullende punten worden toegekend op basis van het aantal aanwezige elementen, conform de opgenomen puntensystematiek.

99	Solvabiliteitsverklaring	In § 4.3.1, eis 3, stelt Opdrachtgever dat de solvabiliteit (garantievermogen/balanstotaal) over boekjaar 2024 minimaal 20% bedraagt én over de boekjaren 2022–2024 gemiddeld minimaal 20% bedraagt. Als motivering wordt aangevoerd dat de dienstverlening "sterk afhankelijk is van de kwaliteit en bovendien de continuïteit van haar infrastructuur." Gegadigde verzoekt Opdrachtgever deze eis te heroverwegen, om de volgende redenen: 1) Aansluiting motivering bij de opdracht. De aangehaalde motivering verwijst naar de continuïteit van "infrastructuur". De onderhavige opdracht betreft strategische merkcommunicatie, campagnes en performance marketing; een kennis- en dienstverlenende opdracht zonder infrastructuurcomponent. Conform Voorschrift 3.5B van de Gids Proportionaliteit dienen geschiktheidseisen verband te houden met de daadwerkelijke risico's die deze opdracht met zich meebrengt. 2) Aansluiting bij de branche. Communicatie-, campagne- en performancebureaus zijn doorgaans "asset-light" dienstverleners met een relatief laag balanstotaal, waarbij eigen vermogen vaak wordt uitgekeerd in plaats van aangehouden. Hierdoor liggen gebruikelijke solvabiliteitsratio's in deze branche structureel lager dan in kapitaalintensieve sectoren. 3) Samenloop met andere eisen. Continuïteit en betrouwbaarheid worden in deze aanbesteding reeds geborgd via de aansprakelijkheidsverzekering (§ 4.3.1 eis 2), de Gedragsverklaring Aanbesteden en de verklaring betalingsgedrag van de Belastingdienst (§ 4.1.1), alsmede via de Wachtkamerovereenkomst en overdrachtsbepalingen (§ 2.10/2.11). De kwaliteit van de dienstverlening wordt geborgd via de kerncompetenties, de referenties (Hoofdstuk 5) en de gunningsfase (praktijkcase en pitch). Gelet op het voorgaande verzoekt Gegadigde Opdrachtgever de solvabiliteitseis te verlagen naar 10% en de toets te beperken tot het laatste boekjaar, dan wel de eis te vervangen door een minder belastend alternatief (bijvoorbeeld een verklaring van de accountant	Slachtofferhulp Nederland past § 4.3.1, eis 3 aan. De solvabiliteitseis vervalt. In plaats daarvan geldt dat de Gegadigde beschikt over een goedkeurende accountantsverklaring over het meest recent afgesloten boekjaar. Deze goedkeurende controleverklaring mag geen zogenaamde continuïteitsparagraaf (dat wil zeggen een verplichte toelichtende paragraaf wegens ernstige onzekerheid omtrent de continuïteit van de Gegadigde) bevatten. De Gegadigden die op grond van de selectiefase worden geselecteerd voor deelname aan de gunningsfase dienen deze accountantsverklaring als bewijsstuk op verzoek van Slachtofferhulp Nederland te overleggen Bijlage 13 komt te vervallen. Bijlage 1 is hierop aangepast en wordt gelijktijdig gepubliceerd met de Nota van Inlichtingen.
100	Bijlage 3a en 3b Referentiebladen	In Bijlage 3a (document: Bijlage 3a - Referentiebladen Perceel 1 - SHN2607.docx) ikt in de kop van het document te worden verwezen naar "Bijlage 3b - Referentiebladen Perceel 2". Kan Opdrachtgever bevestigen dat dit document bedoeld is voor Perceel 1 en, indien nodig, een gecorrigeerde versie van Bijlage 3a beschikbaar stellen?	Dit betreft een kennelijke verschrijving. Bijlage 3a heeft betrekking op Perceel 1. Slachtofferhulp Nederland stelt een gecorrigeerde versie van Bijlage 3a V2 beschikbaar welke gelijktijdig gepubliceerd wordt met de Nota van Inlichtingen.
101	Kerncompetenties	Kan Opdrachtgever bevestigen of kerncompetentie 4 "Campagneaanpak en werkwijze" uitsluitend als geschiktheidseis wordt beoordeeld, of ook meetelt in de puntentoekenning voor de selectie van Perceel 1? Dit bezien het feit dat er in § 5.2 slecht 3 selectiecriteria staan aangeduid voor perceel 1.	Ja. Kerncompetentie 4 betreft uitsluitend een geschiktheidseis. De kerncompetenties zijn de minimale eisen waaraan een Opdrachtnemer moet voldoen om voor verdere beoordeling in aanmerking te komen. De selectiecriteria zijn de criteria waarop punten worden toegekend ten behoeve van de rangschikking in de selectiefase
102	Bijlage 3a en 3b Referentiebladen	In het referentieblad (document: Bijlage 3a - Referentiebladen Perceel 1 - SHN2607.docx) wordt gevraagd naar "het bedrag aan omzet per Jaar". Kan Opdrachtgever verduidelijken of hiermee de omzet van Gegadigde wordt bedoeld, of het totale projectbudget inclusief mediabudget en eventuele kosten van onderaannemers? Kan Opdrachtgever daarbij ook bevestigen of bedragen exclusief of inclusief btw moeten worden opgegeven?	Met "omzet per jaar" wordt de jaarlijkse omzet van de betreffende referentieopdracht bedoeld en niet de omzet van de Gegadigde. De opgegeven bedragen dienen betrekking te hebben op de totale referentieopdracht en inclusief btw te worden vermeld.
103	WCAG-richtlijnen	Bij meerdere selectiecriteria § 5.3 wordt verwezen naar middelen die zijn uitgevoerd conform geldende WCAG-richtlijnen voor digitale toegankelijkheid. Kan Opdrachtgever aangeven welke WCAG-versie en welk niveau worden bedoeld, en of dit criterium uitsluitend geldt voor digitale middelen binnen de referentieopdracht?	Zie antwoord vraag 6.
104	Selectieleidraad	Kan Opdrachtgever verduidelijken of tabellen, visuals, bullets en compacte bewijsverwijzingen binnen de 1 A4-beschrijving (vermeld in § 4.3.2) zijn toegestaan, mits wordt voldaan aan de voorgeschreven opmaakvereisten?	Ja. Tabellen, visuals en bullets zijn toegestaan, mits wordt voldaan aan de gestelde vormvereisten en de maximale omvang van één (1) A4. De gevraagde onderbouwing dient echter in de referentiebeschrijving zelf te worden opgenomen. Het enkel opnemen van verwijzingen naar externe bronnen, websites, rapportages, dashboards of andere documenten wordt niet aangemerkt als schriftelijke onderbouwing.
105	Selectieleidraad, par. 3.10	"Een onderneming mag slechts eenmaal betrokken zijn bij een Verzoek tot deelneming voor het Perceel waarvoor wordt ingeschreven (...). Kunt u bevestigen dat een onderaannemer in het ene perceel dan wél mag inschrijven als zelfstandig Gegadigde in het andere perceel?	Zie antwoord op vraag 13

106	Selectieleidraad, par. 4.3.2.	Kan Opdrachtgever toelichten hoe het begrip “maatschappelijk relevant of gevoelig thema” bij Kerncompetentie 1 van Perceel 1 wordt uitgelegd? Kan Opdrachtgever bevestigen dat daar ook landelijke publieke veranderingen onder vallen, waarbij communicatie nodig is om vertrouwen, begrijpelijkheid, toegankelijkheid en gedragsverandering bij een zeer brede doelgroep te realiseren?	Zie ook antwoord vraag 45. Het begrip “maatschappelijk relevant of gevoelig thema” wordt breed geïnterpreteerd en ziet op vraagstukken met een aantoonbare publieke of maatschappelijke impact, waarbij communicatie een rol speelt in het informeren, activeren of beïnvloeden van gedrag of beeldvorming bij relevante doelgroepen. Daaronder vallen ook landelijke publieke veranderingen, voor zover deze vragen om het versterken van vertrouwen, het vergroten van begrijpelijkheid en toegankelijkheid van informatie en/of het realiseren van gedragsverandering bij een brede en diverse doelgroep (mits deze voldoen aan de rest van de kerncompetentie). De kern is dat sprake is van een maatschappelijke context waarin de communicatie geen puur commercieel doel dient, maar bijdraagt aan publieke waarde, maatschappelijke bewustwording of het ondersteunen van burgers in een complexe of gevoelige situatie.
107	Selectieleidraad, par. 2.2	Omdat de Selectieleidraad bij Perceel 1 ook spreekt over mediastrategie, media-inzet en media-inkoop, en bij Perceel 2 over performancecampagnes, vragen wij waar SHN de grens trekt tussen merkcampagnevoering binnen Perceel 1 en performance-optimalisatie binnen Perceel 2?	Slachtofferhulp Nederland maakt grotendeels onderscheid tussen beide percelen op basis van de primaire doelstelling van de campagne. Perceel 1 richt zich op merkcampagnes met als hoofddoel merkbekendheid, positionering en bewustwording. Binnen dit perceel staan de mediastrategie, media-inzet en media-inkoop primair in dienst van lange termijn merkopbouw en het versterken van het merkfundament van Slachtofferhulp Nederland. Perceel 2 richt zich op performancecampagnes, waarbij de focus ligt op activatie en conversie. Media-inzet en optimalisatie zijn hier eerder kort-cyclisch, datagedreven en direct gekoppeld aan meetbare resultaten en performance-KPI's. In de praktijk is er sprake van samenhang tussen beide domeinen, waarbij campagnes elementen van zowel merk als performance kunnen bevatten. De toedeling aan een perceel wordt echter bepaald op basis van de dominante doelstelling van de opdracht en de strategische fase waarin de campagne zich bevindt. Daarmee wordt geborgd dat merkopbouw en performance-optimalisatie elk vanuit hun eigen expertise en dynamiek worden uitgevoerd. We erkennen dat hier overlap inzet en verwachten bij een deel van de opdrachten een periodieke samenwerking tussen percelen. Zie ook regel 12 vraag 47.
108	Selectieleidraad, par. 2.11	IE rechten casus/pitch: kunt u bevestigen dat de IE rechten bij de casus/pitch in de gunningsfase volledig bij inschrijver liggen?	Met betrekking tot hetgeen de Inschrijver ten behoeve van de pitch bijdraagt, geldt dat de Intellectuele Eigendomsrechten bij de Inschrijver berusten, voor zover en vanaf het moment dat vaststaat dat Inschrijver niet de Opdrachtnemer is, zoals gedefinieerd in de Selectieleidraad.
109	Solvabiliteitsverklaring	Paragraaf 4.3.1 stelt als geschiktheidseis dat de solvabiliteit van de Gegadigde over boekjaar 2024 minimaal 20% bedraagt en gemiddeld over de jaren 2022-2024 eveneens minimaal 20% bedraagt. Als een Gegadigde niet zelfstandig aan deze solvabiliteitseis voldoet, maar een financieel draagkrachtige derde partij of aandeelhouder bereid is zich onvoorwaardelijk garant te stellen voor de nakoming van alle verplichtingen uit de Raamovereenkomst, kan de Gegadigde dan met een beroep op deze derde alsnog voldoen aan de gestelde geschiktheidseis? Zo ja, welke bewijsstukken wenst Opdrachtgever hiervoor te ontvangen?	zie het antwoord op vraag 99.
110	Selectieleidraad	Paragraaf 2.2 Perceel 1 vermeldt dat de opdracht tevens media-inzet en media-inkoop omvat. Kan Opdrachtgever bevestigen dat een Gegadigde voor Perceel 1 gebruik mag maken van een gespecialiseerd mediabureau als onderaannemer of derde voor media-advies, mediaplanning en media-inkoop, terwijl de hoofdaannemer verantwoordelijk blijft voor de integrale merkstrategie, campagneontwikkeling en contractuele aansturing?	Ja. Slachtofferhulp Nederland kan bevestigen dat een Gegadigde voor Perceel 1 gebruik mag maken van een onderaannemer of derde voor media-advies, mediaplanning en media-inkoop, conform de bepalingen in de Selectieleidraad. De Gegadigde blijft daarbij als hoofdaannemer verantwoordelijk voor de integrale uitvoering van de gehele opdracht en fungeert als centraal aanspreekpunt voor Slachtofferhulp Nederland. Indien gebruik wordt gemaakt van een onderaannemer, derde of samenwerkingsverband, dienen de daarvoor in de Selectieleidraad opgenomen verklaringen en bewijsstukken te worden aangeleverd.
111	Selectieleidraad	Paragraaf 4.3.2, punt 7 stelt: "Referentieopdrachten uitgevoerd voor Opdrachtgever worden niet in aanmerking genomen. Kan Opdrachtgever bevestigen dat deze uitsluiting uitsluitend geldt voor de formele referentiebeoordeling en niet betekent dat ervaring die Gegadigde heeft opgedaan binnen de samenwerking met Opdrachtgever op andere onderdelen van de inschrijving buiten beschouwing moet blijven?"	Ja. Slachtofferhulp Nederland kan bevestigen dat referentieopdrachten uitgevoerd voor Opdrachtgever niet in aanmerking worden genomen voor de beoordeling van de kerncompetenties en selectiecriteria. Het is toegestaan om de samenwerking te benoemen, echter wordt dit niet meegenomen in de beoordeling. Dergelijke referentieopdrachten kunnen derhalve niet worden gebruikt voor het aantonen van kerncompetenties of voor het verkrijgen van punten op de selectiecriteria.

112	Kerncompetenties	Paragraaf 4.3.2 Kerncompetentie 2 vraagt aantoonbare ervaring met een meerjarige merk- en communicatiestrategie gericht op bewustwording en maatschappelijke impact. Kan Opdrachtgever bevestigen dat referenties uit commerciële sectoren eveneens worden geaccepteerd indien aantoonbaar sprake is van een maatschappelijk relevant thema, gedragsverandering of publieke impact, ook wanneer de Opdrachtgever geen publieke of non-profit organisatie betreft?	Ja. Referentieopdrachten uit de commerciële sector kunnen worden geaccepteerd, mits deze aantoonbaar aansluiten bij de gevraagde kerncompetentie. Dit betekent dat de referentie betrekking moet hebben op een meerjarige merk- en communicatiestrategie gericht op bewustwording en maatschappelijke impact, waarbij sprake is van een integrale aanpak en doorontwikkeling gedurende de looptijd. De aard van de Opdrachtgever is daarbij niet doorslaggevend; bepalend is of de referentie inhoudelijk aansluit bij hetgeen in de kerncompetentie wordt gevraagd.
113	Selectieleidraad	Over het budget voor Perceel 2 (€ 930.000 - € 1.395.000): is dit bedrag puur bedoeld voor de uren van het bureau (de bureauefee), of is dit inclusief het budget voor de media-inkoop?	Dit budget is onder meer, maar niet uitsluitend, bedoeld voor de uren van het bureau, producties en creaties, strategische werkzaamheden en overige kosten die rechtstreeks via de Opdrachtnemer worden gefactureerd. De kosten voor de inkoop van Meta, Google Ads, LinkedIn en TikTok worden doorgaans rechtstreeks aan Slachtofferhulp Nederland gefactureerd en zijn daarom niet in deze raming opgenomen. De inzet van massamedia is wel in de raming meegenomen.
114	Kerncompetentie 1	Voor kerncompetentie 1 perceel 1 wordt aangegeven dat het gericht moet zijn op een maatschappelijk relevant of gevoelig thema. Wat wordt hieronder verstaan? En hoe wordt dit beoordeeld?	Opdrachten die uitgevoerd zijn binnen een maatschappelijke, publieke of non-profit context worden hierin meegenomen. Zie ook het antwoord op vraag 45.
115	Kerncompetentie 1 en 2	Kerncompetentie 1 en 2 voor perceel 1 zijn in verschillende opzichten gelijk: ze gaan beide over een langdurig traject gericht op merkstrategie met een maatschappelijk doel. Wat is het belangrijkste verschil dat aangetoond moet worden als het gaat om de kerncompetentie tussen deze twee? Ofwel, waar ligt de focus bij kerncompetentie 1 en bij kerncompetentie 2?	De kerncompetenties vullen elkaar aan, maar toetsen verschillende aspecten van de ervaring van de Gegadigde. Kerncompetentie 1 richt zich primair op de context en aard van de referentieopdracht. Hiermee toetst Slachtofferhulp Nederland of de Gegadigde aantoonbare ervaring heeft met het ontwikkelen van een merk- of positioneringsstrategie, positionering en de bijhorende /of merkcampagnes binnen een maatschappelijke, publieke of non-profit context, gedurende een minimale doorlooptijd van twee (2) jaar en rondom een maatschappelijk relevant of gevoelig thema. Kerncompetentie 2 richt primair op de inhoudelijke strategische aanpak en de wijze waarop deze is uitgevoerd en doorontwikkeld. Hiermee toetst Slachtofferhulp Nederland of de Gegadigde aantoonbare ervaring heeft met het ontwikkelen, uitvoeren en doorontwikkelen van een meerjarige merk- en communicatiestrategie, waarbij sprake is van een integrale aanpak van campagnevoering waarin merk-, communicatie- en marketingdoelstellingen met elkaar zijn verbonden en de strategie gedurende de looptijd is gemonitord, geëvalueerd en doorvertaald naar concrete campagnes, proposities en/of activiteiten. Kerncompetentie 1 toetst waar en binnen welke context de ervaring is opgedaan, terwijl kerncompetentie 2 toetst hoe de strategische aanpak is ingericht, uitgevoerd en doorontwikkeld. Het is mogelijk om voor beide kerncompetenties dezelfde referentieopdracht te gebruiken, mits deze aan de gestelde eisen voldoet.
116	Selectiecriterium	In de documenten voor Perceel 2 worden 6 kerncompetenties en 4 selectiecriteria genoemd. We willen hier graag twee dingen over checken: - Klopt het dat de informatie voor de 4 selectiecriteria volledig wordt gehaald uit de 6 pagina's van de kerncompetenties? - Of ontbreekt er per ongeluk nog een beschrijving van een 5e en 6e selectiecriterium?	1. Nee, niet alle zes kerncompetenties tellen mee voor de vier selectiecriteria. Per selectiecriterium wordt alleen gekeken naar de referentie die bij dat selectiecriterium hoort. Zo wordt selectiecriterium 1 beoordeeld op basis van de referentie voor kerncompetentie 1 en niet op basis van bijvoorbeeld kerncompetentie 4. 2. Nee, er ontbreken geen selectiecriteria. Niet iedere kerncompetentie heeft een bijbehorend selectiecriterium. Voor kerncompetenties zonder bijbehorend selectiecriterium wordt alleen beoordeeld of aan de kerncompetentie wordt voldaan. Hieraan is geen aanvullende puntenscore verbonden
117	Kerncompetentie 4	Voor kerncompetentie 4 wordt er aantoonbare ervaring gevraagd met een gestructureerde werkwijze. Tegelijkertijd wordt er bij eerdere kerncompetenties ook al gevraagd om ervaring met het ontwikkelen van campagnes én gevraagd hoe er in de looptijd is gemonitord en geëvalueerd. Welke extra informatie en ervaring wordt er getoetst met deze kerncompetentie en waarom wordt dit nodig geacht?	Kerncompetentie 4 toetst een ander aspect dan de voorgaande kerncompetenties. Waar kerncompetentie 1 tot en met 3 gaan over de inhoudelijke ervaring van de Opdrachtnemer (zoals ervaring met merkstrategie, campagnes en meerjarige trajecten), richt kerncompetentie 4 zich op de wijze waarop de Opdrachtnemer opdrachten organiseert en uitvoert. Met deze kerncompetentie toetst Slachtofferhulp Nederland of de Opdrachtnemer beschikt over een gestructureerde en reproduceerbare werkwijze (waar indien nodig en passend bij een opdracht van afgeweken kan worden) voor briefing, planning, uitvoering, afstemming, optimalisatie en evaluatie van campagnes, inclusief een duidelijke rolverdeling tussen betrokken partijen. Dit acht Slachtofferhulp Nederland van belang, omdat binnen de Raamovereenkomst wordt samengewerkt met meerdere interne stakeholders en externe Opdrachtnemers. Een heldere werkwijze draagt bij aan effectieve samenwerking, consistente besluitvorming en een efficiënte uitvoering van opdrachten gedurende de looptijd van de overeenkomst.

118	Pitchvergoeding	Is er voor de partijen die worden uitgenodigd voor de pitchfase een pitchvergoeding beschikbaar? Zo ja, hoe hoog is deze vergoeding?	Per perceel worden maximaal drie (3) Inschrijvers uitgenodigd voor de pitchfase. De Inschrijvers die worden uitgenodigd voor de pitchfase, een geldige inschrijving hebben ingediend, maar uiteindelijk niet voor gunning in aanmerking komen, ontvangen een pitchvergoeding van € 3.000,- inclusief btw. De Inschrijver aan wie de opdracht wordt gegund komt niet in aanmerking voor een pitchvergoeding. De pitchvergoeding wordt uitsluitend verstrekt aan de Inschrijvers die hebben deelgenomen aan de pitch en aan wie de opdracht niet wordt gegund.
119	Kerncompetenties	Er wordt meegegeven als eis aan de kerncompetenties dat de kerncompetentie aantoonbaar is middels een opdracht in de laatste drie jaar terug te rekenen vanaf datum publicatie van de selectieleidraad. Mag de opdracht maximaal 3 jaar geleden gestart of afgerond zijn? En hoe valt dit samen met de looptijd van minimaal 2 jaar voor kerncompetentie 1? Voor deze kerncompetentie is er daardoor een erg klein tijdsbestek waarbinnen deze uitgevoerd moet zijn wat onrealistisch is.	Met "in de laatste drie (3) jaar uitgevoerd" wordt bedoeld dat de referentieopdracht in deze periode (deels) moet zijn uitgevoerd, gerekend vanaf de datum van publicatie van de Selectieleidraad. Het is dus niet vereist dat de opdracht volledig binnen deze periode is gestart én afgerond. Opdrachten die vóór deze periode zijn gestart, maar waarvan de uitvoering (deels) binnen de genoemde termijn van drie jaar heeft plaatsgevonden, komen in aanmerking. Voor kerncompetentie 1 geldt daarnaast dat de referentieopdracht een doorlooptijd van minimaal twee (2) jaar moet hebben. Deze minimale doorlooptijd ziet op de totale duur van de referentieopdracht. De referentieopdracht dient wel (deels) in de laatste drie jaar te zijn uitgevoerd.
120	Concept Raamovereenkomst	Is er na de gunning nog ruimte om specifieke artikelen uit de Raamovereenkomst, Verwerkersovereenkomst en Wachtkamerovereenkomst in overleg aan te passen? Zo kunnen we ze goed laten aansluiten op de exacte scope van de samenwerking.	Nee, de bepalingen van de Raamovereenkomst, Verwerkersovereenkomst en Wachtkamerovereenkomst staan niet open voor aanpassing na gunning. De voorwaarden maken integraal onderdeel uit van de aanbestedingsdocumenten waarop inschrijvers hun aanbieding hebben gebaseerd. Het na gunning aanpassen van wezenlijke contractuele bepalingen is in strijd met het transparantie- en gelijkheidsbeginsel zoals neergelegd in het aanbestedingsrecht. Voor zover nadere uitwerking/aanvulling nodig is om de overeenkomst te laten aansluiten op de exacte scope van de samenwerking, bieden de overeenkomsten daarvoor de ruimte, zoals de beschrijving van de te verwerken persoonsgegevens in de Verwerkersovereenkomst.
121	Kerncompetenties	Bij de eisen aan de kerncompetenties moet de opdracht als voldoende beoordeeld zijn door de betreffende Opdrachtgever. Op welke manier moet dit aangetoond worden? En wat wordt er verstaan onder "voldoende beoordeeld"?	Onder "voldoende beoordeeld" wordt verstaan dat de referentieopdracht naar tevredenheid van de betreffende Opdrachtgever is uitgevoerd. Het is niet vereist om hiervoor een afzonderlijke verklaring of beoordeling aan te leveren. Door het indienen van de referentie verklaart Gegadigde dat de referentieopdracht naar tevredenheid van de Opdrachtgever is uitgevoerd. Slachtofferhulp Nederland behoudt zich het recht voor dit te verifiëren bij de opgegeven referent zonder tussenkomst van de Gegadigde.
122	Selectieleidraad	Bij 5.1 wordt er meegegeven dat wanneer er twee inschrijvers aanspraak maken op de 5e plaats deze allebei worden uitgenodigd voor het indienen van een inschrijving. Dat zou zorgen voor 6 partijen in de inschrijvingsfase. Later in hetzelfde hoofdstuk wordt aangegeven dat er maximaal 5 Gegadigden worden geselecteerd voor de gunningsfase. Dit staat haaks op elkaar. Kan er bevestigd worden dat er maximaal 6 partijen worden uitgenodigd in de inschrijvingsfase wanneer er twee inschrijvingen aanspraak maken op de 5e plaats?	Slachtofferhulp Nederland kan bevestigen dat in beginsel vijf (5) Gegadigden worden geselecteerd voor de gunningsfase. Indien echter twee (2) Gegadigden een gelijke score hebben en daarmee aanspraak maken op een gedeelte vijfde (5e) plaats, worden beide Gegadigden uitgenodigd voor het indienen van een inschrijving, conform de bepalingen in de Selectieleidraad. Indien drie (3) of meer Gegadigden aanspraak maken op een gedeelte vijfde (5e) plaats, wordt door middel van loting bepaald welke Gegadigde als 5e wordt uitgenodigd voor het indienen van een inschrijving.
123	Selectie criterium	Er wordt aangegeven dat er voor de beoordeling van de selectiecriteria geen consensusoverleg is. Waarom is hier niet voor gekozen? Aangezien het om het wel/niet aantoonbaar aanwezig zijn van elementen achten we het wel van belang dat hier duidelijkheid over ontstaat. Wat gebeurt er als 1 iemand de informatie verkeerd interpreteert en hierin afwijkt van de andere beoordelaars?	Er is niet gekozen voor consensusoverleg als vast onderdeel van de beoordelingssystematiek, omdat de selectiecriteria zijn opgebouwd uit objectief toetsbare onderdelen. Per onderdeel wordt vastgesteld of dit aantoonbaar aanwezig is of niet. Op basis van het aantal aantoonbaar aanwezige onderdelen wordt de score bepaald. Er is geen sprake van een kwalitatieve waardering, zoals 'voldoende', 'goed' of 'uitstekend', waarvoor een consensusoordeel noodzakelijk is. Indien tijdens de beoordeling sprake is van opvallende verschillen tussen beoordelaars over de vraag of een onderdeel aantoonbaar aanwezig is, kan hierover nader overleg plaatsvinden. Dit overleg is uitsluitend bedoeld om een consistente toepassing van de ja/nee-beoordeling te waarborgen en niet om gezamenlijk tot een kwalitatief oordeel te komen.

124	Selectiecriteria	Voor de selectiecriteria wordt er meegegeven dat de ontwikkelde uitingen uitgevoerd moeten zijn volgens de geldende WCAG richtlijnen. Op welke manier moet dit aangetoond worden? En waarom wordt dit van belang geacht? Digitale toegankelijkheid is natuurlijk belangrijk, maar in hoeverre is het van belang dat dit al eerder is toegepast voor deze specifieke cases waar ook veel andere punten van belang zijn? Niet alle Opdrachtgevers hechten hier ook zo nadrukkelijk belang aan waardoor het moeilijk is om dit concreet aan te kunnen tonen.	De toepassing van de WCAG-richtlijnen betreft geen kerncompetentie of geschiktheidseis, maar een onderdeel van een selectiecriteria waarop aanvullende punten kunnen worden behaald. Het niet kunnen aantonen van ervaring met de toepassing van de WCAG-richtlijnen leidt derhalve niet tot uitsluiting en betekent uitsluitend dat voor dit specifieke onderdeel geen aanvullende punten kunnen worden toegekend. Slachtofferhulp Nederland acht digitale toegankelijkheid van groot belang, omdat haar dienstverlening voor iedereen toegankelijk moet zijn, waaronder ook mensen met een beperking. Ervaring met het ontwikkelen van toegankelijke communicatiemiddelen sluit daarom aan bij de aard en maatschappelijke taak van de organisatie en wordt om die reden positief meegewogen in de beoordeling. Het is aan de Gegadigde om aantoonbaar te maken dat binnen de referentie rekening is gehouden met de geldende WCAG-richtlijnen. De wijze waarop dit wordt aangetoond is vormvrij, mits de onderbouwing voldoende concreet en verifieerbaar is.
125	Selectiecriteria 1 en 2	Voor selectiecriteria 1 en 2 wordt er meegegeven dat er een maximaal jaarlijks totaalbudget was van 500.000. Partijen met ervaring bij grotere (qua budget) en even complexer of mogelijk complexere opdrachten worden daardoor niet beloond, en zelfs benadeeld. Waar is dit totaalbudget op gebaseerd? En met dit budget worden campagnes die ook op tv zijn geweest bijna automatisch uitgesloten, is dit een bewuste keuze? Is er ruimte om dit totaalbudget op te hogen?	Slachtofferhulp Nederland heeft ervoor gekozen het budget af te stemmen op de omvang van de opdrachten die naar verwachting binnen deze Raamovereenkomst worden verstrekt. Het genoemde bedrag is gebaseerd op de budgetten die binnen Slachtofferhulp Nederland beschikbaar zijn voor vergelijkbare opdrachten. Met dit beoordelingsaspect beoogt Slachtofferhulp Nederland ervaring te waarderen die qua budgetomvang aansluit bij de aard en financiële context van de opdrachten die binnen deze aanbesteding worden uitgevoerd. Het betreft een beoordelingsaspect binnen het selectiecriteria en geen geschiktheidseis. Referenties met een hoger budget worden niet uitgesloten, maar komen voor dit specifieke onderdeel niet in aanmerking voor punten. Slachtofferhulp Nederland ziet daarom geen aanleiding om het genoemde budget in deze aanbesteding te wijzigen.
126	Kerncompetenties	Bij de eisen aan de kerncompetenties wordt een beschrijving van de opdracht waaruit duidelijk de Kerncompetentie blijkt in één (1) pagina A4 (enkelzijdig, Arial, 10 punt, marges 2,5 cm) de (opvolgende pagina's worden niet gelezen) uitgevraagd. Tegelijkertijd wordt aangegeven dat een 'te summier beschrijving' geheel voor rekening is van Gegadigde. Wanneer is een opdracht te summier opgeschreven? Bij kerncompetentie 1 en 2 van perceel 1 wordt er veel inhoudelijk uitgevraagd. Gezien de richtlijn 1 A4, dwingt dat om de aard van de opdracht, onze aanpak & rol en de effectiviteit van het werk kort en bondig op te schrijven. Kunt u duidelijkere richtlijnen geven in wat er dan beschreven dient te worden en hoe inhoudelijk dat moet zijn? Te summier, is vrij subjectief en multi-interpretabel.	Met "te summier" wordt bedoeld dat uit de beschrijving onvoldoende blijkt dat aan de betreffende kerncompetentie wordt voldaan. De beoordeling vindt plaats op basis van de door Gegadigde ingediende beschrijving. Daarbij dient uit de referentie voldoende concreet te blijken welke opdracht is uitgevoerd, wat de rol van Gegadigde was en op welke wijze de gevraagde kerncompetentie wordt aangetoond. Indien dit onvoldoende uit de beschrijving blijkt, kan de kerncompetentie niet worden vastgesteld. De maximale omvang van één (1) A4 per kerncompetentie blijft ongewijzigd. Het is aan de Gegadigde om binnen deze omvang de informatie op te nemen die relevant is voor de beoordeling.
127	Selectiecriteria 1	Bij het selectiecriteria voor kerncompetentie 1 van perceel 1 wordt benoemd: 'De opdracht was gericht op bewustwording, activatie of maatschappelijke impact, waarbij sprake is van een meetbare wijziging in gedrag van de doelgroep (bijvoorbeeld deelname, gebruik of conversie)'. Hoe wilt u dit onderbouwd zien? Moeten we onderzoeksbronnen zoals grafieken/ visuals toevoegen, of volstaat het noemen van de KPI's (gekwantificeerd) en de verschuiving in cijfers? En mochten we dit moeten onderbouwen met bronnen, valt dit dan binnen de A4? Of kunnen we hier een bijlage voor toevoegen?	Zie antwoord op vraag 44 waarvoor geldt dat de beschrijving van de Kerncompetentie moet blijken uit maximaal 1 pagina A4 enkelzijdig
128	Concept Raamovereenkomst	In artikel 2.5 van de Raamovereenkomst (en eis 3 van het PvE) is opgenomen dat SHN een Nadere Opdracht bij een derde kan beleggen als de Opdrachtnemer aangeeft het werk niet binnen het door SHN vastgestelde budget te kunnen uitvoeren, waarbij reeds uitgevoerde werkzaamheden door SHN kosteloos gebruikt mogen worden. Is SHN bereid om in te stemmen met de toevoeging dat partijen bij een dreigende budgetoverschrijding eerst in overleg treden om scope en budget te herijken, en dat reeds gemaakte, aantoonbare en goedgekeurde uren tot dat moment te allen tijde worden vergoed?"	Niet akkoord, de strekking van artikel 2.5 Concept Raamovereenkomst en eis 3 Programma van eisen is dat in het geval Opdrachtnemer niet kan nakomen, Opdrachtgever de mogelijkheid heeft de opdracht door een derde te laten afronden.

129	Concept Raamovereenkomst	In artikel 11.3 van de concept Raamovereenkomst staat dat SHN het recht krijgt om pre-existente methodieken, modellen en tools van de Opdrachtnemer te delen met andere Opdrachtnemers. Aangezien specifieke bureaumodellen het bedrijfsgeheim en onderscheidend vermogen van een bureau vormen, is het delen hiervan met (potentiële) concurrenten onwenselijk. Is SHN bereid deze bepaling zo aan te passen dat uitsluitend de resultaten uit deze modellen gedeeld mogen worden met derden, en niet de methodiek of het model zelf?	In artikel 11.3 van de Concept Raamovereenkomst staat dat Slachtofferhulp Nederland het recht heeft om pre-existente middelen te delen met andere Opdrachtnemers. Dit recht is echter van een aantal voorwaarden afhankelijk. Opdrachtnemer dient alleen een gebruiksrecht te verlenen indien en voor zover het gebruik onmisbaar is voor de verdere uitvoering, ontwikkeling en exploitatie van de Prestaties en Resultaten. Dit gebruiksrecht omvat alleen een recht om de middelen te delen met andere Opdrachtnemers indien dit noodzakelijk is voor de continuïteit van de dienstverlening. Gezien de voorwaarden die aan dit recht verbonden zijn, zijn wij niet bereid om deze bepaling aan te passen.
130	Concept Raamovereenkomst	Uit artikel 13.1 van de Raamovereenkomst en het Programma van Eisen volgt dat de Opdrachtnemer van Perceel 1 intensief samenwerkt met Perceel 2 en dat concepten en middelen gedeeld worden. Op welke wijze borgt SHN dat de Opdrachtnemer van Perceel 2 de strategische en creatieve merk- en campagnekaders (zoals ontwikkeld door Perceel 1) respecteert? Ligt de regie voor het bewaken van de merk- en conceptintegriteit expliciet bij de winnaar van Perceel 1?	In artikel 13 van de Concept Raamovereenkomst en het Programma van eisen is opgenomen dat Opdrachtnemers van verschillende Percelen met elkaar samenwerken en middelen uitwisselen indien dit noodzakelijk is. Slachtofferhulp Nederland voert de regie op de integrale aanpak en is eindverantwoordelijk. Slachtofferhulp Nederland stelt kaders, prioriteiten en besluiten vast. Opdrachtnemer handelt conform deze kaders en volgt aanwijzingen van de Opdrachtgever. Hieruit volgt dat de regie bij Slachtofferhulp Nederland ligt.
131	Selectieleidraad	De documentatie (Selectieleidraad, pagina 7–8, §2.2) beschrijft de ambitie om slachtofferschap te reframe en merkbekendheid en merkvoorkeur te versterken. Wat is de huidige merkpositie van Slachtofferhulp Nederland in de buitenwereld. Wat weten, denken en voelen mensen nu over het merk, en wat moet er concreet veranderen? Welke inzichten uit de merkcampagne van 2025 liggen ten grondslag aan de koers voor de komende jaren?	Slachtofferhulp Nederland wordt in de huidige beeldvorming vooral geassocieerd met ondersteuning na ingrijpende en vaak ernstige gebeurtenissen, veelal na aangifte. De naamsbekendheid is relatief hoog (geholpen 83%, spontaan 27%), maar de associatie als laagdrempelige eerste stap bij uiteenlopende ingrijpende gebeurtenissen is nog beperkt. SHN beoogt een toegankelijke one-stop-shop te zijn voor ondersteuning bij diverse ingrijpende gebeurtenissen, ook zonder aangifte of formele melding. Doel is dat SHN eerder wordt herkend als relevante eerste stap in het zoeken van zowel emotionele steun, als praktisch en juridisch advies. De campagne ‘101 redenen om Slachtofferhulp te bellen’ richt zich op het vergroten van bekendheid van het brede dienstenaanbod en het verlagen van drempels. In de vervolgfase ligt de nadruk op verdere drempelverlaging en het verbreden van de maatschappelijke beeldvorming rondom hulp zoeken. Gewenste verschuivingen: •Van ernstige context → naar breder spectrum van ingrijpende gebeurtenissen •Van primair emotionele hulp → naar integrale ondersteuning •Van vooral na aangifte → naar ook zonder aangifte •Van slachtofferlabel → naar breder referentiekader •Van uitzondering → naar gebruikelijke stap in herstel In Q3/Q4 2026 wordt er een 1-meting gedaan. De inzichten en resultaten uit dit onderzoek gebruiken we om de koers voor de komende jaren vorm te geven.
132	Selectieleidraad	In de gunningsleidraad wordt gesproken over de selectie van drie bureaus die uiteindelijk worden uitgenodigd voor de pitch. Er gaan vijf bureaus door uit de selectiefase. Wat is de reden om niet met drie bureaus de selectiefase af te ronden, of zien wij iets over het hoofd?	Dit is een bewuste keuze, omdat hiermee enerzijds voldoende concurrentie wordt geborgd en anderzijds een zorgvuldige en efficiënte beoordeling in de gunningsfase mogelijk wordt gemaakt, waarbij na de schriftelijke beoordeling een nadere beoordeling plaatsvindt op basis waarvan maximaal drie (3) inschrijvers worden uitgenodigd voor de pitch.
133	Selectieleidraad	In paragraaf 4.3.2 (Kerncompetenties) wordt onder Kerncompetentie 1 gevraagd naar aantoonbare ervaring met maatschappelijke merk- en campagnevraagstukken binnen een maatschappelijke, publieke of non-profit context. Kan de Aanbestedende dienst bevestigen of een referentiecasi op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie (employer branding), mits uitgevoerd binnen een maatschappelijke of publieke context en gericht op een maatschappelijk relevant of gevoelig thema, eveneens als geldige referentieopdracht wordt geaccepteerd voor de kerncompetenties van Perceel 1 en/of Perceel 2?	Zie de antwoorden op vragen 45 en 139.
134	Bijlage 3a en 3b Referentiebladen	In Bijlage 3a en 3b (Referentiebladen) wordt per referentieopdracht gevraagd om de 'omzet' in te vullen. Kan de Aanbestedende dienst verduidelijken welke definitie hieraan wordt gegeven? Wordt hieronder de totale contractwaarde (inclusief extern ingekocht media- en advertentiebudget) over de looptijd verstaan, of dient de Gegadigde hier uitsluitend de eigen netto bureau-omzet (fee) op te geven?	Zie antwoord op vraag 102
135	Selectieleidraad	In paragraaf 4.3.2 (Eisen aan kerncompetenties, eis 3) is een strikte paginalimiet van één A4 opgenomen voor de opdrachtbeschrijving. Is het Gegadigden toegestaan om binnen deze pagina een URL of QR-code op te nemen die linkt naar online ondersteunende visuele media (zoals een videocase of bewegend beeld) om de aard van de campagne te verduidelijken, zonder dat dit door de beoordelingscommissie wordt beschouwd als een overschrijding van de pagina- of informatie-omvang?	Het opnemen van URL's, QR-codes of andere verwijzingen naar externe bronnen is niet toegestaan, aangezien de beoordeling uitsluitend plaatsvindt op basis van de informatie die binnen de gestelde paginalimiet is opgenomen.

136	Selectieleidraad	In paragraaf 4.3.2 (Eisen aan kerncompetenties, eis 1) staat vermeld dat een kerncompetentie aantoonbaar moet zijn middels een opdracht die in de laatste 3 jaar, terug te rekenen vanaf de datum van publicatie van de Selectieleidraad, is uitgevoerd. Kan de Aanbestedende dienst bevestigen of een referentieopdracht die méér dan 3 jaar geleden is gestart, maar op de datum van publicatie van deze tender nog steeds actief doorloopt en actuele werkzaamheden omvat, eveneens kwalificeert als een geldige referentieopdracht?	Ja, mits de referentieopdracht op de datum van publicatie van de Selectieleidraad nog steeds actueel en aantoonbaar in uitvoering is en binnen de gestelde termijn van drie (3) jaar relevante werkzaamheden omvat, kan deze worden meegenomen als geldige referentieopdracht.
137	Selectiecriterium 3, Perceel 2	In selectiecriterium 3 noemt u "GEA" als kanaal. Kunt u verduidelijken welk kanaal/platform u hiermee precies bedoelt?	Zie antwoord op vraag 2
138	Selectiecriterium 3, Perceel 2	In selectiecriterium 3 noemt u bewezen effectief gebruik van TikTok als scorend onderdeel. Diverse maatschappelijke en publieke organisaties zetten TikTok bewust niet in vanwege privacy-, AVG- en bestuurlijk-politieke overwegingen, terwijl u ook ervaring binnen een maatschappelijke context vraagt. Kunt u toelichten waarom TikTok als kanaal is opgenomen, en wilt u overwegen dit kanaal te schrappen?	Slachtofferhulp Nederland maakt bij de inzet van (advertentie)kanalen altijd een zorgvuldige ethische afweging. Wij vinden het belangrijk slachtoffers te bereiken op de kanalen waar zij actief zijn. Daarom zetten wij sinds 2024 ook TikTok in als advertentiekanaal om specifiek jongeren te bereiken.
139	Kerncompetentie 1, Perceel 1	Valt een meerjarig merk- en positioneringstraject met nadruk op employer-branding voor een publieke organisatie die actief is rond een maatschappelijk en politiek gevoelig thema binnen de reikwijdte van deze kerncompetentie?	Nee, een referentieopdracht waarbij employer branding het primaire doel vormt, wordt niet geacht te vallen binnen de reikwijdte van deze kerncompetentie. Met deze kerncompetentie beoogt Slachtofferhulp Nederland ervaring te toetsen met merk-, positionerings- en campagnevraagstukken gericht op maatschappelijke impact, bewustwording, gedragsverandering en/of het gebruik van dienstverlening binnen een maatschappelijke, publieke of non-profit context.
140	Bijlage 2 (Vorm- en procedurevereisten)	In Bijlage 2 staat dat bij te voegen bewijsstukken niet ouder dan drie (3) maanden mogen zijn, "tenzij anders staat vermeld". In §4.1.1 van de Selectieleidraad noemt u voor de Gedragsverklaring Aanbesteden, de verklaring van de Belastingdienst en het uittreksel uit het Handelsregister afwijkende termijnen. Kunt u bevestigen dat voor deze specifieke bewijsstukken de termijnen uit §4.1.1 leidend zijn, en kunt u aangeven op welke overige documenten de 3-maandeneis van toepassing is?	Ja, dat bevestigen wij. De in §4.1.1 van de Selectieleidraad genoemde termijnen voor de Gedragsverklaring Aanbesteden (GVA), de verklaring van de Belastingdienst en het uittreksel uit het Handelsregister gelden als specifieke afwijkingen op de algemene bepaling in Bijlage 2 dat bewijsstukken niet ouder mogen zijn dan drie (3) maanden. Voor deze documenten zijn derhalve de in §4.1.1 genoemde termijnen leidend. De algemene eis dat bewijsstukken niet ouder mogen zijn dan drie (3) maanden is van toepassing op alle overige op verzoek van de Aanbestedende Dienst over te leggen bewijsstukken waarvoor in de aanbestedingsstukken geen afwijkende geldigheidsduur of maximale ouderdom is opgenomen.