

Begeleidend document marktconsultatie

ten behoeve van de mogelijke Europese aanbesteding voor

Partnerselectie raamovereenkomsten voor een 3-jarig Imagoprogramma OV



Versie : Definitief
Datum : 17 juni 2026

© Gehele of gedeeltelijke overneming, reproductie of openbaarmaking van de documenten, op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van DOVA en Pro 10 B.V. is verboden, behoudens de beperkingen bij de wet gesteld. Het verbod betreft ook gehele of gedeeltelijke bewerking.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1	Inleiding	4
1.1	Over de opdrachtgever	4
1.2	Aanleiding marktconsultatie	4
1.3	De marktconsultatie	4
Hoofdstuk 2	Over de opdracht	6
2.1	Over het Imagoprogramma OV	6
2.2	Voorlopige doelstellingen inkoopstrategie	6
2.3	Voorlopige ideeën bij clustering/splitsing opdrachten	6
2.4	Voorlopige opdrachtoomschrijving (scope + uitgangspunten)	6
2.5	Voorlopige ideeën bij vorm, duur en omvang van de overeenkomst	8
2.6	Voorlopige ideeën bij aanbestedingsprocedure	8
2.7	Voorlopige ideeën bij aanbestedingsplanning	8
2.8	Voorlopige ideeën bij geschiktheidseisen	8
2.9	Voorlopige ideeën bij programma van eisen	8
2.10	Voorlopige ideeën bij gunningscriteria	9
2.11	Voorlopige ideeën bij het toepassen van maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI)	9
2.12	Mogelijke kansen en knelpunten	9
Hoofdstuk 3	Procedurele voorschriften marktconsultatie	10
3.1	Schriftelijke vragenlijst	10
3.2	Mondelinge toelichting	10
3.3	Verslag marktconsultatie	10
3.4	Contractpunt en mogelijkheid tot stellen van vragen	10
3.5	Voorwaarden	10

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Over de opdrachtgever

Samenwerkingsverband DOVA is in januari 2019 ontstaan uit een samenwerking tussen DOVA en NDOV. Het samenwerkingsverband bestaat uit de twaalf provincies, de Vervoerregio Amsterdam, de Metropoolregio Rotterdam Den Haag en het OV-bureau Groningen Drenthe. Deze decentrale ov-autoriteiten werken samen aan verbeteringen in het openbaar vervoer. De organisatie bestaat uit drie teams: OV-netwerk, OV-data en Algemene Zaken. Samen met CROW-KpVV, VDVN en Railforum vormt DOVA de OV-campus.

1.2 Aanleiding marktconsultatie

Samenwerkingsverband DOVA is door het Nationaal Openbaar Vervoer Beraad (NOVB) aangewezen om ervoor te zorgen dat in de komende drie jaar een succesvol landelijk Imagoprogramma OV wordt gerealiseerd. In de achterliggende periode is samen met een bureau en in samenwerking met de door DOVA ingerichte werkgroep de positionering voor dit programma ontwikkeld. Momenteel wordt verder verkend hoe deze positionering kan worden vertaald naar een creatief concept dat breed inzetbaar, overdraagbaar en in de tijd door te ontwikkelen is. Het doel is te komen tot een sterk en onderscheidend programmatisch vertrekpunt dat richting geeft aan meerdere fasen en campagnes, zonder DOVA op voorhand onnodig vast te leggen op één bureau, één stijl of één uitvoeringsmodel.

Voor de uitvoering en doorontwikkeling van campagnes en andere communicatie-uitingen binnen het Imagoprogramma OV bereidt DOVA zich voor op de inkoop van dienstverlening. Het gaat daarbij om dienstverlening ten behoeve van de uitvoering van het programma op campagne- en uittingsniveau. Op dit moment is nog niet definitief bepaald welke inkooproute daarvoor het meest passend is.

Vooralsnog gaat het projectteam uit van één Europese aanbesteding gericht op het contracteren van een divers palet aan partners of disciplines, die gezamenlijk de benodigde expertise inbrengen om het programma en de daaronder vallende campagnes en overige communicatieactiviteiten succesvol uit te voeren. Daarbij wordt nadrukkelijk verkend hoe continuïteit in de samenwerking kan worden gecombineerd met flexibiliteit in de inzet, zodat per fase of deelopdracht kan worden bijgestuurd, opgeschaald, afgeschaald of van samenstelling kan worden gewisseld als de aard van de behoefte daarom vraagt. Daarnaast wil DOVA één leverancier contracteren voor de objectieve en onafhankelijke monitoring van de effecten van de communicatie. Het is echter niet uitgesloten dat uiteindelijk voor een andere inkoopstrategie wordt gekozen. Mede daarom organiseert DOVA deze marktconsultatie.

Om de aanbesteding(en) zorgvuldig voor te bereiden en de behoefte passend in de markt te zetten, wil DOVA met deze marktconsultatie vooraf inzicht verkrijgen in de belangstelling van potentiële bureaus, de relevante expertises en mogelijke samenwerkingsvormen, de wijze waarop het programma en DOVA in de markt kunnen worden gepositioneerd, en de bandbreedte in aanpak en kosten, waaronder de invloed van onderdelen als media-inkoop. Ook wil DOVA toetsen welke keuzes proportioneel, werkbaar en aantrekkelijk zijn voor de markt, zodat onnodige risico's, ondoelmatige eisen en kostbare misverstanden in een later stadium zoveel mogelijk worden voorkomen. De opbrengsten van de marktconsultatie worden gebruikt om de inkoopstrategie, de contractopzet en de aanbestedingsprocedure(s) nader vorm te geven.

1.3 De marktconsultatie

De informatie die met deze marktconsultatie wordt verzameld, wordt gebruikt voor de verdere besluitvorming over en invulling van de inkoopstrategie en, in tweede instantie, de aanbesteding(en) die daaruit kunnen voortvloeien. Alle partijen die zichzelf hiervoor geschikt achten, worden van harte uitgenodigd mee te denken over de wijze waarop deze behoefte het beste in de markt kan worden gezet. Het doel van deze marktconsultatie is in het bijzonder om:

1. voorlopige uitgangspunten, doelstellingen en denkrichtingen voor de inkoopstrategie te toetsen;
2. inzicht te verkrijgen in kansen, risico's, proportionaliteit en uitvoerbaarheid van de voorgenomen opdracht- en contractopzet;

3. een beeld te vormen van de mate van belangstelling in de markt, de beschikbare expertises en de wenselijke samenwerkings- en aanbestedingsvorm(en).

De planning van de marktconsultatie ziet er als volgt uit:

Activiteit	Datum
Publicatie marktconsultatie	17 juni 2026
Uiterste termijn indienen respons	8 juli 2026

Bij dit begeleidend document is een **Bijlage Vragenlijst** gevoegd. U kunt uw antwoorden op de marktconsultatie indienen door deze vragenlijst in te vullen en via TenderNed te versturen. U wordt verzocht de antwoorden in Excel-formaat (niet als PDF of Word-document) in te dienen, zodat de informatie efficiënt kan worden verwerkt.

Antwoorden die vóór het in de planning genoemde moment worden ingediend, worden in ieder geval meegenomen in de verdere voorbereidingen van een mogelijke aanbesteding. Voor later ingediende reacties kan dit niet worden gegarandeerd.

In dit begeleidend document wordt het marktconsultatieproces beschreven en wordt informatie verstrekt op basis waarvan marktpartijen zich een beeld kunnen vormen van de voorlopige ideeën rondom de aanbesteding en de opdracht.

Wij danken u bij voorbaat hartelijk voor uw inspanning en input. Wij stellen uw reactie zeer op prijs, zien deze met belangstelling tegemoet en zullen uw gegevens zorgvuldig behandelen.

Hoofdstuk 2 Over de opdracht

2.1 Over het Imagoprogramma OV

Het Imagoprogramma OV betreft een landelijke communicatieopgave met een brede maatschappelijke reikwijdte. Het programma richt zich op het versterken van het imago van het openbaar vervoer in Nederland en moet ruimte bieden aan verschillende fasen, accenten, doelgroepen en middelen. Juist omdat het imago van het OV wordt beïnvloed door uiteenlopende factoren en meerdere stakeholders, is sprake van een complexe opgave die vraagt om strategisch inzicht, creatieve slagkracht, uitvoeringskracht en het vermogen om in een publiek-bestuurlijke context samen te werken. DOVA zoekt daarom naar een opzet die enerzijds samenhang en kwaliteit borgt, en anderzijds voldoende ruimte laat om in de tijd te leren, te variëren en qua organisatie aanstuurbaar is door de werkgroep.

2.2 Voorlopige doelstellingen inkoopstrategie

Samenwerkingsverband DOVA beoogt naar huidig inzicht met de inkoopstrategie en de daaruit voortvloeiende overeenkomst(en) in ieder geval de volgende doelen te bereiken:

- a) Het contracteren van professionele communicatiepartner(s) die DOVA helpen om het Imagoprogramma OV inhoudelijk verder te ontwikkelen én concrete campagnes en communicatieactiviteiten effectief uit te voeren.
- b) Het borgen van continuïteit in de samenwerking, met tegelijk voldoende flexibiliteit om per fase, campagne of deelopdracht te kunnen bijsturen, op- en af te schalen, nieuwe accenten aan te brengen of aanvullende expertises te betrekken.
- c) Het realiseren van transparante en beheersbare afspraken over regie, kwaliteit, kosten, meetbaarheid, rapportage, intellectueel eigendom en overdraagbaarheid, passend bij een publieke opdrachtgever en een meerjarige programmatische opgave.

2.3 Voorlopige ideeën bij clustering/splitsing opdrachten

Het voorlopige beeld van Samenwerkingsverband DOVA is dat enkelvoudig onderhands een dienstverlener wordt gecontracteerd om de effecten van het programma objectief en onafhankelijk te monitoren. Daarnaast verkent DOVA een Europees aan te besteden raamovereenkomst voor de uitvoering en doorontwikkeling van het Imagoprogramma OV, waarbij meerdere bureaus (ook: 'communicatiepartners') worden gecontracteerd die gezamenlijk de benodigde capaciteit en expertise inbrengen. Daarmee wil DOVA recht doen aan de breedte van de opgave en voorkomen dat het programma onnodig afhankelijk wordt van één bureau, terwijl tegelijkertijd voldoende samenhang, regie en uitvoerbaarheid behouden blijven.

2.4 Voorlopige opdrachtoomschrijving (scope + uitgangspunten)

Deze marktconsultatie ziet primair toe op de mogelijke Europese aanbesteding voor een raamovereenkomst met meerdere communicatiepartners. De voorlopige scope van deze raamovereenkomst omvat enerzijds de te leveren diensten en producten, en anderzijds de daarvoor benodigde disciplines en expertises. DOVA nodigt marktpartijen nadrukkelijk uit om te reflecteren op de samenhang tussen deze onderdelen en op de vraag hoe deze het best in de markt kunnen worden gezet.

1. Te leveren diensten en producten (indicatief):

- (Door)ontwikkeling van een imagostrategie voor het OV, inclusief doelgroepen- en kanaal- en mediastrategie.
- Creatieve ontwikkeling en productie van campagnes en middelen (on- en offline), inclusief doorvertaling naar verschillende uitingen.
- Campagne-uitvoering en optimalisatie gedurende de looptijd (leren en bijsturen), met ruimte voor op- en afschalen.
- Mediaplanning en media-inkoop als onderdeel van de integrale uitvoering, mede om regie, samenhang en effectiviteit te borgen.

- Effectmeting en rapportage op basis van in de markt gangbare en bewezen methoden, inclusief (tussentijdse) verantwoording over voortgang en resultaten.
- Project- en kwaliteitsbeheersing, waaronder in ieder geval wordt verstaan: bewaking van planning, voortgang, budget en kwaliteit, coördinatie tussen de betrokken bureaus of disciplines en afstemming met DOVA als opdrachtgever, waarbij er gedurende de looptijd van de overeenkomst periodiek en per campagnefase overleg plaatsvindt compleet met een voortgangsrapportage.
- Afhankelijk van de gekozen aanpak kan ook ruimte bestaan voor de inzet van bestaande OV-kanalen, perscommunicatie en andere vormen van *free publicity*, indien en voor zover deze bijdragen aan het beoogde imago-effect.

De hierboven genoemde werkzaamheden omvatten gezamenlijk de volledige communicatieve keten: van strategievorming tot en met inzet en productie van middelen, de uitvoering van campagnes en de bijbehorende effectmeting en optimalisatie

2. Benodigde disciplines, stijlen en expertises (indicatief)

Gelet op de hiervoor beschreven opgave verwacht DOVA dat in ieder geval disciplines als strategie, accountmanagement, creatie, projectmanagement, productie, media- en performance-expertise (waaronder mediastrategie, mediaplanning, media-inkoop en performance-optimalisatie), en onderzoeksexpertise relevant kunnen zijn. Die onderzoeksexpertise ziet in het bijzonder op de onderbouwing en effectmeting van de communicatie, waaronder nulmetingen, pre-tests van concepten, effectmetingen en evaluaties. Deze expertise is onder meer van belang om de voortgang, resultaten en maatschappelijke of bestuurlijke relevantie van het programma inzichtelijk te maken en daarover verantwoording te kunnen afleggen richting bestuur, politiek en andere stakeholders. Afhankelijk van de gekozen aanpak kan daarnaast ook expertise op het gebied van contentcreatie en social media relevant zijn, bijvoorbeeld ten behoeve van frequente zichtbaarheid, actualiteit en interactie gedurende de looptijd van het programma. Mogelijk kunnen ook disciplines als PR, persstrategie, persbenadering, public affairs of stakeholdercommunicatie van belang zijn. Relevante kennis van de openbaarvervoersector kan daarbij een belangrijke meerwaarde vormen.

Zelf coördineren of lead agency?

DOVA wil daarnaast toetsen op welke wijze de regie, coördinatie en samenhang binnen de uitvoering het best kunnen worden georganiseerd. Daarbij staat onder meer de vraag open of DOVA deze regierol zelf moet vervullen, dan wel of het wenselijk en werkbaar is om één leidende contractpartner of 'lead agency' aan te wijzen die de onderlinge afstemming, coördinatie en samenhang tussen betrokken disciplines of bureaus ondersteunt of verzorgt.

Vraag aan de markt

DOVA vraagt marktpartijen daarom om aan te geven hoe zij deze samenhang zien, welke onderdelen zij zelf kunnen leveren, welke onderdelen zij in samenwerking zouden organiseren en welke contract- of samenwerkingsvormen daarvoor in de praktijk het best werken. Verder wil Samenwerkingsverband DOVA in elk geval de volgende voorlopige uitgangspunten toetsen:

- *Continuïteit én flexibiliteit:* afspraken moeten ruimte bieden om deelopdrachten, campagnes of andere communicatieactiviteiten te starten, te wijzigen, op- of af te schalen of tijdelijk stop te zetten, zonder dat de samenwerking op programmaniveau onnodig star of onwerkbaar wordt.
- *Transparantie van kosten:* de kostenopbouw moet inzichtelijk en navolgbaar zijn, waaronder – indien van toepassing – de opbouw van media-inkoop en andere out-of-pocketkosten, zodat DOVA publiekelijk verantwoording kan afleggen.
- *Intellectueel eigendom:* DOVA wil in beginsel kunnen beschikken over de resultaten, middelen en onderliggende materialen die binnen de opdracht worden ontwikkeld, zodat hergebruik, doorontwikkeling en eventuele overdracht mogelijk blijven - zonder extra kosten.
- *Overdraagbaarheid:* de dienstverlening moet zodanig worden ingericht dat kennis, materialen en data op ordentelijke wijze kunnen worden overgedragen aan DOVA of een andere partij.
- *Meetbaarheid en rapportage:* afspraken over KPI's, meetplan, rapportagefrequentie en datagebruik moeten werkbaar en proportioneel zijn, passend bij de publieke context en de wens om effecten onafhankelijk te kunnen duiden.

2.5 Voorlopige ideeën bij vorm, duur en omvang van de overeenkomst

DOVA denkt voornamelijk aan een meerjarige raamovereenkomst met meerdere opdrachtnemers voor de uitvoering en doorontwikkeling van het Imagoprogramma OV. De denkrichting is om met deze raamovereenkomst voor een periode van in beginsel drie jaar de randvoorwaarden voor samenwerking vast te leggen, terwijl concrete verplichtingen in de tijd vooral per fase, campagne of andere deelopdracht tot stand komen. Daarbij kan worden gedacht aan een model waarin één partij als primaire partner wordt aangewezen voor een eerste of lopende programmalijn, terwijl één of meerdere andere gecontracteerde partijen als secundaire partner beschikbaar zijn voor toekomstige, nieuwe of substantieel gewijzigde deelopdrachten. Voor dergelijke nieuwe of gewijzigde deelopdrachten kan DOVA binnen de raamovereenkomst een minicompetitie organiseren tussen de gecontracteerde partners, zodat per behoefte opnieuw kan worden bepaald welke partij voor die specifieke opgave de beste prijs-kwaliteitverhouding biedt. Hiermee wil DOVA enerzijds continuïteit en opbouw van kennis binnen het programma borgen en anderzijds voldoende flexibiliteit behouden om in de tijd bij te sturen, aanvullende expertises te benutten of van partner te wisselen als de aard van de opdracht of het moment in het programma daarom vraagt.

2.6 Voorlopige ideeën bij aanbestedingsprocedure

Samenwerkingsverband DOVA heeft op dit moment nog geen definitieve keuze gemaakt voor de aanbestedingsprocedure. Via de marktconsultatie wil DOVA toetsen welke procedure, gelet op de aard van de opdracht – creatief, strategisch en deels nog open, met onzekerheden over scope en samenstelling – het meest passend is. DOVA denkt aan een Europese openbare procedure – gelet op de transparantie, de doorlooptijd en omdat de focus toch ligt op de expertise en visie van bureaus en minder op concrete producten. Binnen de aanbesteding overweegt DOVA om naast een schriftelijke inschrijving, een toelichtingsmoment of presentatie te gebruiken om de voorgestelde aanpak, samenwerking en teamsamenstelling beter te begrijpen.

2.7 Voorlopige ideeën bij aanbestedingsplanning

De aanbestedingsplanning wordt mede bepaald op basis van de uitkomsten van de marktconsultatie. Als interne mijlpaal wordt toegewerkt naar het opleveren van de inkoopstrategie (incl. denkrichtingen voor scope, contractvorm en procedure) in de zomer van 2026. DOVA wil uiterlijk in het vierde kwartaal van 2026 de communicatiepartners gecontracteerd hebben, waarbij geldt: sneller is beter.

2.8 Voorlopige ideeën bij geschiktheidseisen

In deze fase verkent DOVA welke geschiktheidseisen proportioneel zijn om te borgen dat inschrijvers daadwerkelijk in staat zijn een landelijke, complexe imago-opgave uit te voeren. Als denkrichting kan worden gedacht aan het toetsen van technische en beroepsbekwaamheid op basis van kerncompetenties en referenties, bijvoorbeeld: (a) strategische advisering en uitvoering van landelijke (publieke) campagnes, (b) aantoonbare ervaring met complexe, politiek-bestuurlijke of maatschappelijke contexten, (c) beschikbaarheid van relevante disciplines (strategie, account, creatie, projectmanagement, productie, onderzoek/monitoring en media-inkoop), en (d) vermogen om effectmeting en rapportage professioneel te organiseren. DOVA verkent daarnaast of en hoe de onafhankelijkheid van meting/monitoring moet worden geborgd, bijvoorbeeld door inzet van een separate meetpartij.

2.9 Voorlopige ideeën bij programma van eisen

Als onderdeel van de aanbestedingsstukken kan DOVA (later) werken met een conformiteitslijst waar de uitvoering van de dienstverlening aan moet voldoen. Denkbaar is dat daarin eisen/afspraken worden opgenomen over: (a) rol- en taakverdeling (governance) tussen DOVA, OV-autoriteiten en opdrachtnemer(s), (b) aanpak van kwaliteitsborging en projectbeheersing, (c) eigendom en hergebruik van ontwikkelde middelen (intellectueel eigendom), (d) transparantie in kosten en onderbouwing van media-inkoop, (e) meet- en rapportageverplichtingen inclusief frequentie en KPI-structuur, en (f) overdraagbaarheid/exit (dossieropbouw, documentatie, overdracht). De marktconsultatie wordt gebruikt om input te verkrijgen op deze en andere onderwerpen die vanuit de markt als belangrijk worden beschouwd.

2.10 Voorlopige ideeën bij gunningscriteria

DOVA is benieuwd welk (type) gunningscriteria marktpartijen in dit geval zouden adviseren, als het gaat om de kwalitatieve aspecten die van belang zijn. Daarnaast is DOVA benieuwd hoe marktpartijen kijken naar de prijsvorming en de transparantie daarover, ten tijde van de aanbesteding van de raamovereenkomst maar bovenal op het niveau van nadere opdrachten.

2.11 Voorlopige ideeën bij het toepassen van maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI)

DOVA wil verkennen of en hoe maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI) op een zinvolle en proportionele manier kan worden toegepast binnen deze opdracht (bijv. duurzaamheid in productie en mediakeuzes, inclusie/toegankelijkheid, en sociale waarde). De marktconsultatie wordt gebruikt om op te halen welke MVI-insteek in deze context werkbaar is en hoe dit kan worden vormgegeven zonder te veel administratieve last.

2.12 Mogelijke kansen en knelpunten

DOVA nodigt marktpartijen uit om kansen en knelpunten te benoemen die zij zien bij het in de markt zetten van het Imagoprogramma OV. Daarbij wordt marktpartijen in het bijzonder gevraagd te reflecteren op de vraag welke typen bureaus, disciplines en expertises naar hun oordeel nodig zijn voor een programmatische communicatieopgave als deze, in hoeverre per discipline met één dan wel meerdere partijen zou moeten worden gewerkt, en welke voor- en nadelen daaraan in de praktijk zijn verbonden. DOVA is daarnaast benieuwd hoe volgens de markt versnippering in inhoud, aansturing en uitvoering het best kan worden voorkomen, bijvoorbeeld door het beperken van het aantal inhoudelijke of creatieve trekkers, het beleggen van regie bij één partij of juist door een andere vorm van samenwerking of governance. Ook wordt marktpartijen gevraagd aan te geven wat zij in een dergelijke opzet verwachten van DOVA als opdrachtgever, waaronder de gewenste inrichting van governance, besluitvorming, afstemming, beschikbaarheid en interne coördinatie om een soepel verloop van proces en campagne-uitvoering mogelijk te maken.

Voor zover reacties commercieel vertrouwelijke informatie bevatten, kunnen marktpartijen dit overeenkomstig de procedurele voorschriften bij hun beantwoording uitdrukkelijk aangeven.

Hoofdstuk 3 Procedurele voorschriften marktconsultatie

3.1 Schriftelijke vragenlijst

Respons op de marktconsultatie zal in beginsel schriftelijk plaatsvinden. De vragen zijn opgenomen in de **Bijlage Vragenlijst** bij dit document. Aan het eind van de vragenlijst is ruimte opgenomen voor aanvullende opmerkingen of suggesties. Deze bijlage fungeert als antwoordformulier waarmee u op de vragen kunt reageren. Indien informatie als commercieel vertrouwelijk moet worden aangemerkt, dan dient u dit bij de desbetreffende vraag zelf duidelijk aan te geven.

3.2 Mondelinge toelichting

Het is mogelijk dat 1 of meerdere deelnemers aan de marktconsultatie worden uitgenodigd om hun input mondeling toe te lichten. Ook andere partijen kunnen worden uitgenodigd, als dit naar het oordeel van DOVA van toegevoegde waarde is. Hiervoor kan worden gekozen als dit naar verwachting van DOVA een noodzakelijke verdieping of verbreding van de input oplevert. U kunt in de vragenlijst aangeven of u openstaat voor een dergelijk gesprek. DOVA bepaalt naar eigen inzicht of partijen, en zo ja welke partijen, worden uitgenodigd voor een gesprek. Daarbij wordt ernaar gestreefd de administratieve lasten voor zowel DOVA als de markt zoveel mogelijk te beperken.

3.3 Verslag marktconsultatie

Van de marktconsultatie wordt een verslag opgesteld. Als het tot een aanbesteding komt, kan dit verslag worden gepubliceerd bij de aanbestedingsstukken. Het te publiceren verslag zal uitsluitend een geabstraheerde en geanonimiseerde weergave van de schriftelijke responsen op hoofdlijnen bevatten. Informatie die door deelnemers als commercieel vertrouwelijk is aangemerkt, wordt niet gepubliceerd. Indien zodanig veel van de verkregen informatie als commercieel vertrouwelijk is aangemerkt dat een zinvol verslag naar het oordeel van DOVA niet mogelijk is, dan kan worden besloten geen verslag te publiceren.

3.4 Contractpunt en mogelijkheid tot stellen van vragen

Deze marktconsultatie wordt begeleid door Pro 10 B.V. Contactpersoon is Hidde van de Weg of diens vervanger. Hij is in beginsel bereikbaar via TenderNed. Mocht dit om technische redenen niet mogelijk zijn of mocht contact anderszins noodzakelijk zijn, dan kunnen marktpartijen contact opnemen via marktconsultatie@pro10.nl. Mede vanwege het oriënterende karakter van de marktconsultatie, voorziet de procedure niet in een formele vragenronde. Als er toch prangende vragen zijn, kunnen deze aan bovenstaand contactpunt worden gericht. Vervolgens zal per geval worden bekeken of en op welke wijze in deze fase kan worden geantwoord. Hoe eerder vragen gesteld worden, hoe beter deze beantwoord kunnen worden.

3.5 Voorwaarden

Door deelname aan deze marktconsultatie gaat u onvoorwaardelijk akkoord met de volgende voorwaarden:

- De marktconsultatie is voor alle betrokkenen vrijblijvend. DOVA is op geen enkele wijze gebonden aan de uitkomsten van de marktconsultatie.
- Partijen kunnen geen rechten ontleen aan de informatie die ten behoeve van de marktconsultatie is verstrekt. Verstrekte informatie in het kader van de marktconsultatie kan afwijken van in een mogelijke aanbesteding te verstrekken informatie.
- Claims over het gebruik van informatie, vertrouwelijkheid, of verzoeken om vergoedingen in verband hiermee worden niet gehonoreerd.
- Er wordt geen vergoeding toegekend aan de deelnemers van deze marktconsultatie.
- Dit document is uitsluitend geschreven in het kader van deze marktconsultatie.
- Dit document, deelname of bijdrage aan de marktconsultatie geldt niet als uitnodiging tot inschrijving op de (Europese) aanbesteding(en) noch kunnen daaraan anderszins rechten worden ontleend.

Nogmaals zeer hartelijk dank voor de getoonde interesse en de respons!