

Aanbestedingsleidraad

ten behoeve van de
Europese openbare aanbesteding

met betrekking tot

Reclamebureau ten behoeve van de Corporate Campagne van Ster



Versie : Definitief
Datum : 17 juni 2026

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

Checklist voor het indienen van een Inschrijving

Hieronder treft u de checklist aan van documenten die u dient te overleggen bij de Inschrijving, welke formats u daarbij dient te hanteren en hoe uw Inschrijving samengesteld moet zijn. Dit wordt nader toegelicht in deze Aanbestedingsleidraad. Daarnaast drie aandachtspunten vooraf:

- ✓ Het doen van een Inschrijving is geen sinecure. Los van de inhoud van het aanbod kan ook een ogenschijnlijk kleine (vorm)fout ertoe leiden dat een Inschrijving ongeldig is. Wij adviseren om zo snel mogelijk kennis te nemen van de Aanbestedingsstukken en bij twijfels vragen te stellen.
- ✓ Schrijft u in als Samenwerkingsverband en/of met een Derde en/of Onderaannemer? Dan gelden aanvullende voorschriften waar u goed kennis van moet nemen. Zie de Bijlage Inschrijven als Samenwerkingsverband of met Derde/Onderaannemer voor meer informatie.
- ✓ Na de Gunningbeslissing vraagt de Aanbestedende dienst Verificatiedocumenten op bij de winnende Inschrijver(s). U hoeft deze Verificatiedocumenten bij uw Inschrijving nog niet in te dienen. U dient zich er wel bewust van te zijn dat deze opgevraagd kunnen worden. Voor de Verklaring van de Belastingdienst en de Gedragsverklaring aanbesteden kan de aanvraagtijd oplopen tot meerdere weken. Hier moet u rekening mee houden. Zie verder ook de Bijlage Checklist Verificatiedocumenten.

Document	Actie	Inschrijver*	Elke deelnemer Samenwerking?	Derde en/of Onderaannemer?
U kunt uw onderneming introduceren en uw Inschrijving inleiden met een aanbiedingsbrief (niet verplicht)				
Uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen (Hoofdstuk 3 Aanbestedingsleidraad)				
UEA	Bijlage UEA invullen, rechtsgeldig** ondertekenen en bijvoegen in .pdf.	Ja	Ja	Alleen Derde waarop een beroep wordt gedaan voor de geschiktheidseisen
Format kerncompetenties	Bijlage Format kerncompetenties invullen en bijvoegen in .pdf.	Ja	Nee, alleen penvoerder	Nee
Subgunningscriteria (Hoofdstuk 4 Aanbestedingsleidraad)				
Kwaliteit	1. Ideeën concept Corporate Campagne, vrij invullen en bijvoegen in .pdf.	Ja	Nee, alleen penvoerder	Nee
	2. Format sleutelfunctionarissen, invullen en bijvoegen in .pdf.	Ja	Nee, alleen penvoerder	Nee
Prijs	Bijlage Prijsinvalformulier invullen en bijvoegen, in .pdf en .xls(x).	Ja	Nee, alleen penvoerder	Nee

*) Zijnde zelfstandig Inschrijver, hoofdaannemer of penvoerder namens een Samenwerkingsverband.

***) De rechtsgeldigheid van de ondertekening door één of meerdere natuurlijke personen dient te blijken uit het uittreksel uit het handelsregister of uit een volmacht waarin de bestuurder een vertegenwoordiger een mandaat voor ondertekening geeft. In het laatste geval dient Inschrijver Deel II B van het UEA in te vullen. Op eerste verzoek dient Inschrijver de volmacht of een uittreksel uit het handelsregister te overleggen.

Inhoudsopgave

Checklist voor het indienen van een Inschrijving	2
Hoofdstuk 1 De aanbesteding in vogelvlucht.....	4
1.1 Inleiding.....	4
1.2 Keuze aanbestedingsprocedure	4
1.3 Digitaal aanbesteden via TenderNed	4
1.4 Contact tijdens de aanbesteding	4
1.5 Planning.....	5
1.6 Stellen van vragen tijdens de aanbesteding en kenbaar maken van bezwaren	5
1.7 Het doen van een Inschrijving.....	6
1.7.1 Tijdigheid en TenderNed.....	6
1.7.2 Volledigheid	6
1.7.3 Eén keer inschrijven	6
1.7.4 Meerdere keren inschrijven vanuit een holding	6
1.7.5 Gestanddoeningstermijn.....	6
1.7.6 Opening.....	7
1.8 Van Inschrijving naar Overeenkomst.....	7
1.9 Leeswijzer	7
Hoofdstuk 2 Over de Opdracht	9
2.1 Over de Aanbestedende dienst.....	9
2.2 Aanleiding voor de aanbesteding.....	9
2.3 Achtergrondinformatie bij de Opdracht	9
2.4 Doelstellingen	11
2.5 Samenvoegen van Opdrachten en verdeling in percelen	12
2.6 Aard van de Opdracht	12
2.6.1 Minimumeisen.....	16
2.6.2 Varianten	16
2.7 Omvang van de Opdracht	16
2.8 Vorm en duur Overeenkomst	16
2.9 Algemene inkoopvoorwaarden	17
2.10 Werking van de raamovereenkomst.....	17
2.11 Wachtkamerconstructie.....	17
2.12 Verwerking van persoonsgegevens	17
2.13 Maatschappelijk verantwoord inkopen: Duurzaamheid	17
Hoofdstuk 3 Toetsing aan uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen	19
3.1 Stap 1: Toetsen of is voldaan aan de procedurele aspecten en voorschriften	19
3.2 Stap 2a: Toetsen of geen sprake is van Russische Inschrijver	19
3.3 Stap 2b: Toetsen of geen uitsluitingsgronden van toepassing zijn	19
3.4 Stap 3: Toetsen of aan de geschiktheidseisen is voldaan	20
3.4.1 Financiële en economische draagkracht.....	20
3.4.2 Technische en beroepsbekwaamheid	21
3.4.3 Beroepsbevoegdheid	22
Hoofdstuk 4 Beoordeling van de Inschrijvingen: gunningscriterium	23
4.1 Beoordelingsmethodiek- en procedure	23
4.2 Subgunningscriterium kwaliteit.....	24
4.2.1 Opmaak en aantal pagina's	24
4.2.2 Beoordelingskader.....	24
4.2.3 Onderdeel 1: Ideeën concept Corporate Campagne	25
4.2.4 Onderdeel 2: Mondeling deel – presentatie	26
4.3 Subgunningscriterium prijs	27

Hoofdstuk 1 De aanbesteding in vogelvlucht

1.1 Inleiding

Voor u ligt de Aanbestedingsleidraad behorende bij de Europese openbare aanbesteding van Stichting Etherreclame (verder: Ster of de Aanbestedende dienst) voor het sluiten van een Overeenkomst met één Opdrachtnemer voor het verzorgen van reclameactiviteiten ten behoeve van de corporate campagne van Ster.

De aankondiging van deze Opdracht is gepubliceerd op www.tenderned.nl en in het Supplement op het Publicatieblad van de Europese Unie. Alle ondernemers die aan de eisen voldoen, worden uitgenodigd een Inschrijving in te dienen. Dat kan zelfstandig, als Samenwerkingsverband en/of door een beroep te doen op Derden en/of Onderaannemers.

1.2 Keuze aanbestedingsprocedure

Op deze aanbestedingsprocedure is Deel 2 van de Aanbestedingswet 2012 van toepassing, omdat het van toepassing zijnde Europese drempelbedrag naar verwachting wordt overschreden en er geen wettelijke uitzonderingen van toepassing zijn. De Aanbestedende dienst organiseert een Europese aanbesteding volgens de openbare procedure. Dit betekent dat alle Inschrijvers die aan de eisen voldoen een Inschrijving kunnen indienen.

Gelet op het feit dat de geraamde opdrachtwaarde boven de Europese drempel ligt, is gekozen voor toepassing van een Europese openbare procedure. Er is gekozen voor de openbare procedure omdat de markt met potentiële Inschrijvers naar verwachting relatief beperkt is en de aard van de behoefte scherp is gedefinieerd. Een procedure met voorselectie biedt geen toegevoegde waarde en leidt tot onnodige extra administratieve lasten aan beide zijden.

1.3 Digitaal aanbesteden via TenderNed

De gehele aanbesteding verloopt digitaal via TenderNed. Dit betekent onder meer dat:

- a. Alle Aanbestedingsstukken te vinden zijn op TenderNed.
- b. Het stellen van vragen plaatsvindt via de vraag- en antwoordfunctie van TenderNed.
- c. Inschrijvingen dienen ingediend te worden via TenderNed in een digitale kluis.
- d. Ook alle verdere correspondentie in beginsel plaatsvindt via TenderNed, met uitzondering van presentaties.

Als Inschrijvers technische problemen ervaren of vragen hebben over de werking van TenderNed kan contact opgenomen worden met de servicedesk van TenderNed zelf.

Let op 1: Nederlandse ondernemers hebben eHerkenning nodig om deel te nemen aan deze aanbesteding.¹

Let op 2: Het beantwoorden van vragen en het uploaden van documenten in TenderNed staat niet gelijk aan het indienen van een Inschrijving. Het indienen van de Inschrijving vereist een separate actie in het systeem die bevestigd moet worden met een SMS-code.

1.4 Contact tijdens de aanbesteding

Deze aanbesteding wordt begeleid door Pro 10 B.V. Totdat de definitieve gunning een feit is, is Johan Eggink of diens vervanger voor Inschrijvers het enige aanspreekpunt voor deze aanbesteding. Alle correspondentie vindt in principe dus plaats via TenderNed. Mocht dit om technische redenen niet mogelijk of contact anderszins echt noodzakelijk zijn, kunnen Inschrijvers contact opnemen via ea@pro10.nl.

¹ <https://www.tenderned.nl/cms/voor-ondernemingen-starten-met-tenderned/eherkenning-gebruiken-voor-tenderned>

1.5 Planning

Binnen deze procedure moeten Inschrijvers op verschillende momenten tijdig actie ondernemen. De Aanbestedende dienst streeft ernaar de volgende planning te realiseren. Zonder expliciet tegenbericht dienen Inschrijvers hiervan uit te gaan.

Activiteit	Datum	Tijd (C.E.T)
Publiceren aankondiging en Aanbestedingsstukken	17 juni 2026	
Uiterste datum voor het stellen van vragen, eerste ronde	1 juli 2026	10:00 uur
Publicatie Nota van inlichtingen	8 juli 2026	
Sluitingstermijn voor het indienen van een Inschrijving	17 augustus 2026	10:00 uur
Presentaties	24 en 25 augustus 2026 (op locatie Ster)	
Verzenden Gunningsbeslissing, start bezwaartermijn en verificatie	31 augustus 2026	
Definitieve gunning	21 september 2026	
Ingangsdatum Overeenkomst	Zo spoedig mogelijk	

1.6 Stellen van vragen tijdens de aanbesteding en kenbaar maken van bezwaren

De Aanbestedende dienst nodigt Inschrijvers van harte uit vragen te stellen, waaronder ook wordt begrepen het doen van tekstvoorstellen, het plaatsen van opmerkingen en kenbaar maken van (potentiële) bezwaren. De Aanbestedende dienst verwacht een proactieve houding die bijdraagt aan het slagen van deze aanbesteding. Het is belangrijk uw vragen zo vroeg mogelijk te stellen. Het is uitdrukkelijk niet de bedoeling om eventuele bezwaren te uiten na het moment waarop de Aanbestedende dienst beslissingen neemt in het kader van deze aanbesteding. Onverhoopte bezwaren dienen te worden geuit op een moment dat eventuele tegenstrijdigheden en/of onvolkomenheden zo nodig nog kunnen worden weggenomen.

Door het doen van een Inschrijving stemt de betreffende Inschrijver uitdrukkelijk in met alle aspecten van deze aanbesteding. Aan het uitblijven van vragen, opmerkingen of uitiem een kort geding ontleent de Aanbestedende dienst het vertrouwen dat de aanbesteding kan worden voortgezet en kan worden overgegaan tot ontvangst en opening van de Inschrijvingen. Inschrijvers die niet tijdig protesteren tegen de inhoud van de Aanbestedingsstukken respectievelijk die niet tijdig een kort geding aanhangig maken, verwerken in beginsel het recht om later nog in rechte te ageren tegen vermeende tegenstrijdigheden en/of onvolkomenheden in het kader van deze aanbesteding.

Vragen moeten worden gesteld via TenderNed. Om een goede verwerking mogelijk te maken, dient elke vraag apart gesteld te worden, onder een duidelijke verwijzing naar het onderdeel van de Aanbestedingsstukken waar de vraag betrekking op heeft en zonder bedrijfsgegevens te noemen. De Aanbestedende dienst zal schriftelijk gestelde vragen die gesteld zijn voor 1 juli 10:00 uur, beantwoorden in de Nota van inlichtingen die gepubliceerd wordt op 8 juli 2026. Er kan voor worden gekozen vragen al eerder, tussendoor, te beantwoorden. Vragen die na de uiterste sluitingsdatum voor het indienen van vragen worden gesteld zullen in beginsel niet in behandeling worden genomen.

Mogelijkheid stellen individuele vragen: Op grond van art. 2:53 lid 3 Aanbestedingswet 2012 hebben Inschrijvers de mogelijkheid om vragen individueel te stellen als openbaarmaking van deze informatie schade zou toebrengen aan hun gerechtvaardigde economische belangen. Uitgangspunt is dat inlichtingen niet individueel verstrekt worden, tenzij Inschrijver naar het oordeel van de Aanbestedende dienst daadwerkelijk aantoonbaar dat sprake is van voornoemd belang. Als een motivering ontbreekt of deze naar het oordeel van de Aanbestedende dienst niet toereikend is, zal de vraag worden afgewezen en desgewenst opnieuw moeten worden gesteld, als niet-individuele vraag. De Aanbestedende dienst zal individuele vragen, die naar haar oordeel individueel beantwoord moeten worden, individueel beantwoorden.

1.7 Het doen van een Inschrijving

1.7.1 Tijdigheid en TenderNed

Een Inschrijving anders ingediend dan via TenderNed wordt niet geaccepteerd. De Inschrijving moet bovendien vóór de in de op dat moment geldende planning genoemde datum en tijd zijn ingediend en ontvangen. Na afloop van de indieningstermijn kunnen geen Inschrijvingen worden ingediend. Te laat ontvangen Inschrijvingen worden niet geaccepteerd. Te late ontvangst is altijd voor rekening en risico van Inschrijvers.²

1.7.2 Volledigheid

De Inschrijving dient compleet te zijn. Alle stukken, informatie, toelichtingen en dergelijke moeten worden bijgevoegd zoals gevraagd in de Aanbestedingsstukken. Daarbij moet gebruik worden gemaakt van de formats die ter beschikking zijn gesteld. Zie ook de Checklist vooraan in dit document. Als een Inschrijving hier niet aan voldoet, zal een Inschrijver worden uitgesloten van deelname, mits dit naar het oordeel van de Aanbestedende dienst proportioneel is. Dit wordt mede beoordeeld in het licht van het gelijkheids- en transparantiebeginsel. Een aanbiedingsbrief is facultatief.

1.7.3 Eén keer inschrijven

Een Inschrijver mag slechts éénmaal inschrijven, zelfstandig dan wel als deelnemer aan een Samenwerkingsverband. Als een Inschrijver inschrijft, mag hij niet tevens als Derde en/of Onderaannemer fungeren waarop door een andere Inschrijver een beroep wordt gedaan. Een maatschap wordt hierbij beschouwd als één Inschrijver. Een Onderaannemer mag als Onderaannemer voor meerdere Inschrijvers optreden, mits die Onderaannemer niet tevens zelf Inschrijver is, waaronder begrepen deelnemer aan een Samenwerkingsverband. Een Derde mag niet voor meerdere Inschrijvers garant staan als het de geschiktheidseisen betreft rondom financiële en economische draagkracht. Als niet aan deze voorschriften wordt voldaan, worden alle betrokken Inschrijvingen terzijde gelegd.

1.7.4 Meerdere keren inschrijven vanuit een holding

Vanuit een holding mogen meerdere Inschrijvers (lees: werkmaatschappijen) een Inschrijving doen, zelfstandig of als deelnemer aan een Samenwerkingsverband of als Derde of Onderaannemer fungeren waarop door een andere Inschrijver een beroep wordt gedaan. Dit kan alleen mits alle betrokken Inschrijvers op verzoek van de Aanbestedende dienst kunnen aantonen dat Inschrijvingen onafhankelijk tot stand zijn gekomen en de mededinging niet is geschaad. Als dit naar het oordeel van de Aanbestedende dienst niet kan worden aangetoond, leidt dit tot uitsluiting van alle betrokken Inschrijvers.

Let op: Hier wordt elke rechtspersoon binnen een holding beschouwd als separate ondernemer. Als een werkmaatschappij bijvoorbeeld een beroep wil doen op de financieel-economische draagkracht van de moedermaatschappij, zonder dat zij samen met de moeder wenst in te schrijven als Samenwerkingsverband, dient de werkmaatschappij de moeder te beschouwen als Derde en op deze Derde een beroep te doen in de Inschrijving.

1.7.5 Gestanddoeningstermijn

De Inschrijving heeft op straffe van uitsluiting een geldigheidsduur van ten minste 4 maanden gerekend vanaf de sluitingsdatum voor het indienen van de Inschrijving. Gedurende deze periode is de Inschrijving voor Inschrijver onherroepelijk en bindend. Als een kort geding aanhangig is gemaakt in het kader van deze aanbesteding, eindigt de termijn van gestanddoening één maand na uitspraak in kort geding.

² In het geval van een algemene storing van TenderNed op het moment van of nabij de sluitingstermijn behoudt de Aanbestedende dienst zich het recht voor om de sluitingstermijn op te schuiven zolang de kluis met Inschrijvingen nog niet is geopend, ook als de sluitingstermijn gepasseerd is. Dit is een recht en geen plicht van de Aanbestedende dienst en doet dus niets af aan het feit dat te late ontvangst, ongeacht de oorzaak, voor rekening en risico van Inschrijvers is.

1.7.6 Opening

De digitale kluis met Inschrijvingen wordt na verloop van de termijn voor het indienen van een Inschrijving geopend. Hiervan wordt een proces-verbaal opgemaakt en verzonden naar Inschrijvers. Inschrijvers worden niet uitgenodigd om bij de opening te zijn. De opening is een formaliteit. Tijdens de opening worden de Inschrijvingen niet behandeld. Inschrijvingen worden na afloop van de procedure niet geretourneerd.

1.8 Van Inschrijving naar Overeenkomst

Na de opening zal de Aanbestedende dienst de Inschrijvingen toetsen en beoordelen. Dit wordt uiteengezet in de volgende hoofdstukken. Uiteindelijk mondt dit uit in een Gunningsbeslissing. Hiertegen kunnen afgewezen en gepasseerde Inschrijvers bezwaar maken. De Gunningsbeslissing wordt zo spoedig mogelijk en zoveel mogelijk gelijktijdig verzonden aan Inschrijvers, inclusief de relevante redenen voor de beslissing.

De Aanbestedende dienst deelt bepaalde gegevens betreffende de gunning niet mee als openbaarmaking van die gegevens de toepassing van de wet in de weg zou staan, met het openbaar belang in strijd zou zijn, de rechtmatige commerciële belangen van Inschrijvers zou kunnen schaden of afbreuk aan de eerlijke mededinging zou kunnen doen. In de Gunningsbeslissing zullen de scores van alle geldige Inschrijvingen per onderdeel binnen het gunningscriterium kenbaar worden gemaakt aan Inschrijvers die een geldige Inschrijving hebben ingediend, met dien verstande dat de identiteit van afgewezen Inschrijvers daarbij niet kenbaar wordt gemaakt.

De Aanbestedende dienst zal gedurende twintig kalenderdagen na verzending van de voorlopige Gunningsbeslissing geen uitvoering geven aan die beslissing en niet tot ondertekening van de Overeenkomst en wachtkamervereenkomst overgaan. Dit om Inschrijvers gedurende de bezwaartermijn gelegenheid te bieden een kort geding aanhangig te maken tegen de Gunningsbeslissing door het laten betekenen van een dagvaarding voor kort geding op het adres van de Aanbestedende dienst. Deze bezwaartermijn is een vervaltermijn. Als binnen de bezwaartermijn geen kort geding aanhangig is gemaakt, kan Inschrijver geen bezwaar meer maken tegen de Gunningsbeslissing en heeft hij zijn rechten verwerkt. De Aanbestedende dienst is in dat geval vrij om gevolg te geven aan de geuite beslissing.

Definitieve gunning is eveneens onder voorbehoud van verificatie. De Aanbestedende dienst zal de Verificatiedocumenten bij de winnaar van de aanbesteding opvragen, zoals elders uiteengezet. Ook een verificatiegesprek kan onderdeel uitmaken van de verificatie. Tijdens dit gesprek wordt de Inschrijving op initiatief van de Aanbestedende dienst meer in detail doorgenomen, waarbij moet blijken dat de Inschrijver zijn Inschrijving gestand doet. Als sprake is van een verificatiegesprek zal hiervan door de Aanbestedende dienst een verslag worden gemaakt dat bij de Overeenkomst wordt gevoegd.

De gunning is pas definitief zodra de Aanbestedende dienst de winnende Inschrijver en wachtkamerpartij hier schriftelijk over heeft geïnformeerd. Met de definitieve gunning komt nog geen Overeenkomst tot stand. De Overeenkomst komt tot stand ten tijde van de ondertekening van de Overeenkomst of de schriftelijke aanvaarding door de Aanbestedende dienst van het voor Inschrijver bindende en onherroepelijke aanbod van Inschrijver in de vorm van zijn Inschrijving met inachtneming van het bepaalde in de Aanbestedingsstukken. De Inschrijving van de winnende Inschrijver wordt onderdeel van de te sluiten Overeenkomst en derhalve ook van de Opdracht. Als tijdens de uitvoering van de Opdracht blijkt dat Opdrachtnemer de beloftes in zijn Inschrijving niet nakomt, is er in principe sprake van een toerekenbare tekortkoming van Opdrachtnemer.

1.9 Leeswijzer

Het vervolg van dit document bestaat uit navolgende hoofdstukken en Bijlagen:

- Hoofdstuk 2 gaat in op het doel van de aanbesteding en de aard en omvang van de Opdracht.
- Hoofdstuk 3 beschrijft de uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen.
- Hoofdstuk 4 schetst de gunningscriteria en de wijze waarop Inschrijvingen worden beoordeeld.

De volgende Bijlagen maken onlosmakelijk onderdeel uit van deze Aanbestedingsleidraad:

1. UEA (gegenereerd en beschikbaar via TenderNed)
2. Checklist Verificatiedocumenten

3. Definities
4. Spelregels rondom de aanbesteding
5. Voorschriften Samenwerkingsverband, Derde en Onderaannemer
6. Format kerncompetenties
7. Format sleutelfunctionarissen
8. Prijsinvulformulier
9. Concept-Overeenkomst
10. ARVODI-2025
11. Programma van Eisen
12. Brand Key Ster 2021
13. Voorbeeld huidige tv-commercial

Hoofdstuk 2 Over de Opdracht

2.1 Over de Aanbestedende dienst

Ster is in 1965 opgericht om de reclameruimte op de kanalen van de Nederlandse publieke omroep te verkopen. Sinds de jaren zestig is er veel veranderd, maar de opdracht staat nog steeds. Wij zijn daar waar de publieke omroep ook is: op radio, tv en online. Vanaf 2024 verzorgt Ster ook de landelijke verkoop van reclameruimte voor regionale publieke omroepen op radio en tv. Bij Ster staat kwaliteit en betrouwbaarheid centraal. Door onze klanten zo goed als mogelijk te helpen met het bereiken van hun doelen, kunnen wij voldoen aan onze opdracht en missie.

Ster is in veel opzichten uniek, zo is ze de enige verkooporganisatie voor reclame op de populaire en vertrouwde NPO-netwerken. Maar er is meer: Ster onderbreekt bijvoorbeeld geen programma's met reclame, gebruikt geen product placement en heeft een beperkt aantal reclameminuten per uur, waardoor de impact van een campagne groter is. Ook uniek aan Ster is Loeki de Leeuw. Vanaf 2021 is het populaire reclamebeestje weer te zien voor en na de reclameblokken van de NPO op tv.



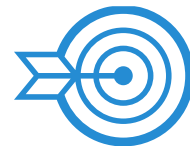
GROOT BEREIK



TOEGANKELIJKE PRIJZEN,
ONGEACHT BUDGET



INZICHTEN DIE
IMPACT VERGROTEN



FOCUS OP DE ESSENTIE:
HET BEREIKEN VAN
JOUW DOELSTELLING(EN)

Kernwaarden

- ▶ Betrouwbaar: we doen wat we beloven, zijn open en duidelijk voor alle partijen, verbeteren voortdurend en geven data-gedreven advies.
- ▶ Toegankelijk: we zorgen dat iedereen ons begrijpt, staan open voor alle (potentiële) klanten en onze medewerkers zijn goed benaderbaar.
- ▶ Toonaangevend: dit uit zich in de kwalitatieve programma's van de publieke omroep en de impact daarvan op een reclame-uiting. Wat we doen, doet ertoe en beïnvloedt het speelveld waarin we werken. Ster heeft daarnaast in veel opzichten een voortrekkersrol, bijvoorbeeld met het sinds 2018 geïntroduceerde, toegankelijke prijsbeleid of met de stap te adverteren zonder het verwerken van persoonsgegevens.

Meer informatie over Ster, onze missie en visie is te vinden op: <https://www.ster.nl/over-ster/>. Voor verdere informatie over Ster kunt u terecht op onze website www.ster.nl.

2.2 Aanleiding voor de aanbesteding

Ster heeft momenteel een overeenkomst ten behoeve van de corporate campagne, welke afloopt. De corporate campagne is een belangrijk instrument voor het vergroten van de naamsbekendheid, het genereren van leads en het aantrekken van nieuwe klanten en blijft daarmee een essentieel onderdeel van de marketingstrategie van Ster. Omdat deze behoefte onverminderd relevant is en Ster de campagne verder wil ontwikkelen in lijn met actuele (markt)ontwikkelingen, is besloten de dienstverlening opnieuw aan te besteden en een nieuwe raamovereenkomst af te sluiten.

2.3 Achtergrondinformatie bij de Opdracht

Nieuwe koers sinds 2018

Sinds 1 januari 2018 is Ster met haar commercieel beleid een nieuwe weg ingeslagen. Ster is afgestapt van bureaukorting en achterafbetalingen als surcommission die in de branche gebruikelijk zijn, maar die volgens Ster niet meer passen bij deze tijd. Ster hanteert open, vooraf inzichtelijke prijzen die gelijk zijn voor

iedereen. Het resultaat is dat Ster relatief goedkoper en daarmee toegankelijker is geworden voor nieuwe (veelal kleinere) klanten met lagere budgetten.

Dit nieuwe beleid heeft zijn vruchten afgeworpen. De instroom van nieuwe klanten is sinds 2018 flink gestegen. Op tv zitten de reclameblokken nagenoeg vol; op radio en online is er echter wel veel onbenutte ruimte en kansen. Om als organisatie toekomstbesteding te blijven, is het belangrijk om nieuwe klanten te blijven aantrekken en – naast of misschien wel vooraf aan tv – de aandacht op het radio- en onlineproduct te vestigen. Hiermee volgt Ster voor een deel de marketingstrategie marktpenetratie/Byron Sharp: door het focussen op nieuwe klanten zullen bestaande klanten ons ook nog steeds weten te vinden en kan Ster zo het marktaandeel vergoten.

Een belangrijke ontwikkeling waar Ster mee te maken heeft is, zoals op pagina 11 wordt uitgelegd, dat er steeds minder lineair tv en radio wordt gekeken en dat het kijk- en luistergedrag verschuift naar online. Daar heeft Ster minder mogelijkheden, omdat Ster geen online videoreclame kan verkopen aan commerciële partijen. Hierdoor kan Ster minder reclameruimte verkopen.

Klantportal

Met middelen als de Klantportal – waar klanten zelf campagnes kunnen plannen, boeken en inzien - en de Ster Campagnecalculator (een tool op o.a. de homepage van Ster.nl) wil Ster reclame-inkoop transparant en toegankelijk maken. De komende jaren beweegt Ster toe naar een IT-gedreven organisatie, waarin digitalisering, data en automatisering een steeds grotere rol zullen spelen. Ster werkt toe naar een situatie waarin onze klanten hun campagnes eenvoudig zelf inboeken en er minimale handmatige tussenkomst is; self-service wordt de norm. Vanuit marketing en communicatie zal de [Ster Klantportal](#) (en daarbij het stimuleren tot zelf boeken) een grotere rol gaan spelen.

Bekendheid Ster

De naamsbekendheid van Ster is in 2024 gemeten via een effectmeting onder een B2B-adverteerderspanel. Dit onderzoek is uitgevoerd onder professionals die betrokken zijn bij media-inzet en -inkoop en vanuit deze rol ervaring hebben met het inkopen van reclameruimte op televisie, radio of online.

Uit deze meting blijkt dat Ster binnen deze doelgroep een zeer hoge naamsbekendheid heeft als aanbieder van reclameruimte en sterk is gepositioneerd in overweging en voorkeur bij de inzet van radio- en tv-campagnes. Ook blijkt dat blootstelling aan en herkenning van de Ster Reclamestarter-campagne leidt tot een toename in zowel branding (hogere geholpen bekendheid, Ster vaker/meer geassocieerd met toonaangevend en meer bekend met campagneboodschappen) als meer performance gerelateerde aspecten (overweging inzet tv-campagnes, meer informatie over Ster opzoeken en de website bezoeken).

De meting laat zien dat Ster binnen de relevante adverteerdersdoelgroep tot de best bekende en meest vanzelfsprekende spelers in de markt behoort. Aanvullend bleek uit eerder onderzoek dat overweging voor Ster met name werd gedreven door bereik, bekendheid, betrouwbaarheid en positieve ervaringen met Ster. Drempels liggen vooral op het vlak van gepercipieerde kosten ("Ster is te duur"), geen match tussen doelgroep Ster en eigen doelgroep, niet op nationaal niveau actief of dat de organisatie te klein is voor dit soort reclame.

Terwijl Ster met haar aanbod een aantrekkelijk aanbod heeft voor elke organisatie met een budget vanaf €2K. Een online (banner) campagne is ongeveer mogelijk vanaf €2K, een radiocampagne vanaf €10K en voor een tv-campagne heb je een budget van €35K nodig.

Loeki de Leeuw

Vanaf 2021 is Loeki weer te zien voor en na de reclameblokken van de NPO op tv. Loeki heeft een [positief effect voor merken](#) én voor Ster: doordat de leeuw geliefd en bekend is en hij in verband wordt gebracht met Ster, draagt hij bij aan de naamsbekendheid. Daarmee is Loeki een belangrijke *brand asset* voor Ster. In eerdere campagnes had Loeki geen rol. In principe ziet Ster dat voor de volgende campagne ook niet direct voor zich (gezien de boodschap en de zakelijke doelgroep). Ster zet hem los van de campagne in: naast de omlijsting van het reclameblok in give aways, social posts, gifjes en Ster Gouden Loeki. Mocht het bureau

zwaarwegende redenen hebben om de leeuw toch een rol in de campagne te laten spelen, dan staat het vrij om daar een voorstel voor te doen. Dit kan ook een speelse link met Loeki zijn (zonder hem letterlijk te gebruiken), bijvoorbeeld zijn kreet "Asjemenou..." gebruiken. Wel goed te weten dat voor uiteindelijk inzet van Loeki op dit moment afstemming nodig is vanuit Ster met Louise Geesink.

Politiek en actualiteit

De publieke omroep staat voor grote financiële en maatschappelijke opgaven. Tegelijk verandert het mediagebruik snel: Nederlanders kijken en luisteren steeds minder lineaire tv en radio en steeds meer online. Ster kan deze ontwikkeling niet volgen; sinds 2021 kan Ster vanwege wettelijke beperkingen online video reclame alleen nog maar verkopen aan vooral maatschappelijke adverteerders. Hierdoor staat de bijdrage aan de publieke mediabegroting — decennialang circa €200 miljoen per jaar — nu structureel onder druk.

Ster pleit daarom voor een wetswijziging die het mogelijk maakt om online video reclame weer te verkopen aan álle adverteerders: maatschappelijk en commercieel. Dit maakt de financiering van de publieke omroep toekomstbestendiger en voorkomt extra druk op belastingmiddelen of publieke content. Lees meer op: [De maatschappelijke waarde van Ster | Reclame met impact - Ster reclame](#)

In het politieke debat bestaat echter terughoudendheid ten opzichte van reclame bij de publieke omroep. Naast zorgen over een vermeende marktverstoring van Ster, wordt regelmatig aangevoerd dat Nederlanders reclame als irritant ervaren. Ster maakt zich o.a. met de commercialtest AdMeasure al jaren hard voor kwalitatief hoogwaardige reclame. Ster vindt dat reclame zo min mogelijk tot irritatie moet leiden. Dat geldt voor alle reclame, maar in het bijzonder voor die van Ster zelf. En het is nu belangrijker dan ooit. Daarom stelt Ster extra hoge eisen aan de corporate campagne.

Tot slot, leidt de huidige onzekere geopolitieke situatie en de daaruit voortvloeiende economische consequenties tot terughoudendheid bij merken om te kiezen voor onze media en dat geldt zeker voor starters. Vaak kiezen (startende) adverteerders voor internationale digitale platforms en sociale media, vanwege toegankelijkheid en meetbaarheid. In dit licht is het voor de Nederlandse media-industrie van belang om de voordelen van adverteren via lokale en nationale media nadrukkelijker onder de aandacht te brengen. Hierbij gaat het onder meer om betrouwbaarheid en de bijdrage aan een sterk, onafhankelijk en pluriform Nederlands medialandschap. Dit valt bij Ster onder public affairs activiteiten en staat los van de Opdracht, maar dient wel ter achtergrond.

Meer achtergrondinformatie is hier te vinden:

- ▶ [Brochure 'Adverteren bij Ster'](#): in deze brochure is meer achtergrondinformatie te lezen over de reclamemogelijkheden op tv, radio en online, de zenders van de publieke omroep en onderzoek.
- ▶ Bijlage 12 - Brand key: ons merkenmodel, waarin de essentie van het merk sterk staat omschreven aan de hand van onder meer onze kernwaarden, onderscheidende kracht, visie en missie. Let op: deze is al wat ouder en zal dit jaar worden geactualiseerd, maar als achtergrondinformatie is dit bruikbaar. Bij onderscheidende kracht hoort bijvoorbeeld gezien vanuit het NPO-aanbod ook live events (zoals sport) en nieuws/actualiteiten.

2.4 Doelstellingen

Met deze aanbesteding en de daaruit voortvloeiende Overeenkomst beoogt Ster een Inschrijver te contracteren die bijdraagt aan:

- a) Het vergroten van de naamsbekendheid en mentale beschikbaarheid van Ster, met name onder potentiële klanten.
- b) Het vergroten van de bekendheid en inzet van het volledige aanbod van Ster, met specifieke aandacht voor radio en online display. Vanuit het verleden werd Ster vaak primair als tv-partij gezien, terwijl radio en online display juist laagdrempelige en kostenefficiënte instapmogelijkheden bieden. Op dit moment kan Ster online videoreclame alleen verkopen aan maatschappelijke organisaties (voornamelijk goede doelen en culturele instellingen, zie par. 2.3), daarmee is dit minder relevant in de campagne.
- c) Het genereren van kwalitatieve leads door het verlagen van drempels voor startende en kleinere adverteerders en het aantrekken van nieuwe klanten.

- d) Het versterken en behouden van de relatie met bestaande klanten (primair adverteerders en secundair mediabureaus/intermediairs) door herbevestiging van de waarde en relevantie van Ster.
- e) Het versterken van de positionering van Ster als betrouwbare, toegankelijke en toonaangevende speler in de advertentiemarkt.

2.5 Samenvoegen van Opdrachten en verdeling in percelen

Naar het oordeel van de Aanbestedende dienst is bij deze Opdracht geen sprake van het onnodig samenvoegen van opdrachten als bedoeld in artikel 1.5 Aanbestedingswet 2012. De Opdracht ziet op één functioneel, inhoudelijk en organisatorisch samenhangende behoefte: de ontwikkeling en uitvoering van de corporate campagne van de Aanbestedende dienst. De werkzaamheden zijn nauw met elkaar verweven en dienen in onderlinge samenhang te worden uitgevoerd om de consistentie, kwaliteit en effectiviteit van de campagne te waarborgen. De markt van reclamebureaus is zodanig ingericht dat zowel middelgrote als kleinere bureaus de onderhavige Opdracht zelfstandig, in samenwerking of met inzet van onderaannemers kunnen uitvoeren. Splitsing van de opdracht zou voor zowel de Aanbestedende Dienst als opdrachtnemers leiden tot onnodige extra administratieve lasten en een verhoogd risico op versnippering van verantwoordelijkheden en inconsistenties in strategie, boodschap en uitvoering. Daarmee zou splitsing afbreuk doen aan het doel van de Opdracht en niet in verhouding staan tot het beperkte voordeel dat een perceelindeling in deze markt naar verwachting oplevert. Hierdoor is opsplitsing niet proportioneel. Binnen de Opdracht is om dezelfde redenen dan ook geen onderscheid gemaakt in percelen.

2.6 Aard van de Opdracht

De campagne

Sinds 2018 heeft Ster een campagne onder de noemer 'Is jouw bedrijf klaar voor het grote publiek?'. In 2024 heeft deze campagne met de Ster Reclamestarter een nieuwe invulling gekregen. Doelen van de corporate campagne(s) waren: naamsbekendheid en mentale beschikbaarheid vergroten van Ster (en het aanbod), drempels verlagen voor startende en kleinere adverteerders en nieuwe klanten aantrekken. Daarbij is gericht op (startende) adverteerders met een kleiner budget, zogeheten "reclamestarters". Onder meer is zichtbaar gemaakt dat als een bepaalde ondernemer/MKB'er succes kan hebben met Ster, dit voor andere bedrijven eveneens mogelijk is.

Meer informatie over de achtergrond en rationale van de Ster Reclamestarter is te vinden in het [persbericht](#) bij lancering en op het platform: ster.nl/reclamestarter. Het Reclamestarter-idee gaat voor Ster verder dan de campagne waar het huidige bureau bij heeft ondersteund. Ster heeft aanvullend hierop zelf de Reclamestarter-pagina opgezet, evenals een podcast en de stappenplannen 'Starten met reclame' en 'Bannercampagnes: in drie stappen succesvol online adverteren' (zie ster.nl/reclamestarter).

Hieronder laten we aan de hand van een aantal voorbeeldmiddelen zien hoe de campagne zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld (te openen met VLC Media Player):

▶ 'Is jouw bedrijf klaar voor het grote publiek?' (2018-2020)

"Anderen gingen u voor"-principe, succes van concurrent laten zien om aan te tonen dat Ster er ook voor jouw bedrijf kan zijn. Met ons reclamebureau hebben we meerdere versies van tv- en radiospots ingezet, hier enkele voorbeelden:



▶ 'Is jouw bedrijf klaar voor het grote publiek?' – fase 2 (2021)

De blijde, trotse ondernemer



▶ **Mart van TuinMart in de hoofdrol (2022/2023)**

Kleine ondernemer wordt verrast door eigen succes



Ster Voicemail def
R35M.mp3



STER_40_TVC_.mp4

▶ **Vervolg Mart van TuinMart – start Reclamestarter (2024)**



Ster Reclamestarter
wielrenners rc.mp3



Ster Reclamestarter
tag on algemeen rc.wielrenners



Ster Reclamestarter
tvc - olv.n

Banner:



Het concept van de Ster Reclamestarter leende zich goed om meerdere boodschappen onder te hangen en diverse (radio) tag-ons te maken. Hier hebben we goed gebruik van gemaakt. Zo hebben we voor radio een algemene tag-on, een voor het stappenplan 'Starten met Reclame', podcastserie met zelfde naam, displaypromotie, onderzoek, etc.

De campagnes hebben goed gewerkt. Onze nieuwe lead- en klantenbase groeit en refereert regelmatig aan de campagne. De Ster Reclamestarter-campagne heeft van 2024 tot heden sterk gepresteerd op merkbekendheid, overweging, bereik, websitebezoek, conversie en leads. Belangrijke 'leadgeneratoren' zijn het stappenplan 'Starten met reclame' en de Ster Campagnecalculator (te vinden op ster.nl/reclamestarter) die Ster zelf heeft ontwikkeld.

Gewenste situatie

Voor de onderhavige Opdracht wordt het reclamebureau gevraagd eerste ideeën voor een concept voor de corporate campagne van Ster te bedenken dat een vervolg vormt op de huidige campagne 'Ster Reclamestarter' zoals hierboven uiteengezet. Daarbij wordt het bureau gevraagd om concrete voorbeelden/middelen te ontwikkelen (dit mogen schetsen zijn), te weten:

1. Een algemeen bruikbaar campagnebeeld inclusief een doorvertaling naar een banner (voor gebruik op de websites van de NPO/omroepen);
2. Een idee of schets voor een radiospot als onderdeel van de campagne.

Inschrijvers kunnen in het subgunningscriterium in par. 4.2.3 invulling geven aan een eerste concept. Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat het de campagne en middelen verder uitwerkt en ook de ontwikkeling van toekomstige middelen op zich neemt. Daarbij treedt het bureau op als sparringpartner. Inschrijvers

worden gevraagd om voor de betreffende onderdelen, per onderdeel, de verwachte eenmalige kosten op te geven voor de ontwikkeling per product (zie verder par. 4.3 en de Bijlage Prijsinvalformulier). Ster behoudt het recht om ook voor aanvullende (activatie)campagnes rondom bijvoorbeeld speciale proposities, zoals advertentiemogelijkheden rondom een EK of WK, een beroep te doen op Opdrachtnemer. In dit geval worden per campagne de kosten nader overeengekomen.

Doelgroep

De doelgroep van de campagne bestaat uit organisaties die door middel van adverteren hun bedrijf willen laten groeien. Dit betreft Nederlandse adverteerders in brede zin, zowel groot als klein. De nadruk ligt echter op kleinere potentiële klanten, aangezien het merendeel van de potentiële adverteerders tot deze groep behoort. Het gaat hierbij in het bijzonder om startende adverteerders en MKB-bedrijven met een relatief beperkt mediabudget (circa tot maximaal €100.000 aan media-inzet). Deze groep kan worden gekarakteriseerd als zogenoemde 'reclamestarters', die doorgaans al ervaring hebben met reclame via online, search en social, maar vaak nog geen ervaring hebben met landelijke, massamediale inzet op radio en tv.

Tegelijkertijd worden bestaande en grotere klanten niet uit het oog verloren; de campagne dient ook voor deze doelgroep relevant te blijven.

Uit eerder onderzoek onder potentiële klanten zijn de volgende aandachtspunten naar boven gekomen:

- a) Kwaliteit en betrouwbaarheid worden gezien als de belangrijkste factoren in de samenwerking met een exploitant (en zien dit als meest passende en belangrijkste waarden van Ster)
- b) Potentiële klanten blijven voornamelijk op de hoogte via hun zakelijke netwerk, internet (zoals Google) en vakbeurzen. In vergelijking met bestaande klanten en mediabureaus maken zij minder gebruik van vakmedia, waardoor zij zich in zekere zin meer als consumenten gedragen. Dit vraagt om een aangepaste benadering.
- c) Binnen het aanbod van Ster is de meeste interesse aanwezig in online banners. Deze doelgroep adverteert voornamelijk via online kanalen zoals Facebook en Google. Tegelijkertijd is de bekendheid met het feit dat dit via Ster mogelijk is beperkt. Online banners kunnen daarmee dienen als laagdrempelig instapmiddel richting breder gebruik van het aanbod op online, radio en tv. Zoals aangegeven, kan Ster op dit moment alleen online video reclame verkopen aan maatschappelijke organisaties (voornamelijk goede doelen en culturele instellingen), daarmee is online video minder relevant in de campagne
- d) Binnen de dienstverlening is de meeste interesse aanwezig in advies over media-inzet en het testen van commercials. De helft van de doelgroep is zich ervan bewust dat Ster deze diensten aanbiedt.
- e) De informatiebehoefte richt zich met name op prijs, doelgroepen en advies over de creatie van reclame-uitingen. Inzichten uit onderzoek en informatie over programmering van de publieke omroep zijn relatief minder relevant voor deze doelgroep.
- f) De belangrijke *category entry points*, de momenten en redenen om reclame/Ster in te zetten, zijn o.a.: de behoefte aan groot bereik, het stimuleren van verkoop en merkbekendheid, het ontvangen van deskundig advies over de optimale inzet van reclame of de specifieke wens voor inzet van tv- en radioreclame. Van belang is om hierbij aan te sluiten.
- g) Hoewel er potentiële interesse is in het Ster-aanbod, bestaan er drempels door een te hoge prijsperceptie ("Ster is vast te duur") en onzekerheid over instap ("Waar begin ik?" en "Is mijn organisatie niet te 'klein' voor Ster?").

Wat wordt uitgedragen?

De corporate campagne van Ster dient in ieder geval de volgende kernboodschappen uit te dragen:

1. Met Ster is een groot publiek en effectief bereik binnen handbereik;
2. Ster ondersteunt organisaties bij het realiseren van hun bedrijfsdoelstellingen en groei;
3. Ster is (prijs)toegankelijker dan vaak wordt verondersteld;
4. Ster biedt duidelijk advies en handvatten om te starten met adverteren en campagnes te optimaliseren.

Daarnaast wordt beoogd de waarde en betekenis van reclame te benadrukken, onder andere door inzichtelijk te maken hoe reclame kan bijdragen aan de groei van organisaties. Het huidige campagneconcept 'Ster Reclamestarter' heeft zich in de praktijk bewezen en vormt daarom het uitgangspunt voor de vervolgcampagne. Van Inschrijvers wordt verwacht dat zij in hun voorstel voortbouwen op de achterliggende

gedachte van dit concept. Daarbij staat het hen vrij om elementen zoals de naam 'Reclamestarter', het platform ster.nl/reclamestarter of specifieke campagne-uitwerkingen al dan niet te handhaven, mits de onderliggende gedachte adequaat wordt doorontwikkeld en vertaald naar een onderscheidend en effectief concept.

Richtlijnen en randvoorwaarden

- ▶ Ster hecht er belang aan om langere tijd met een overall concept of "campagne-paraplu" uit de voeten te kunnen, minstens twee jaar, dat er goede doorvertalingen mogelijk zijn in diverse middelen en dat we er actiematige campagnes onder kunnen scharen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een campagne om de reclamezendtijd rondom een WK voetbal te verkopen.
- ▶ Indien wordt vastgehouden aan het huidige concept, is het wel belangrijk om verrassend te blijven.
- ▶ In de afgelopen campagnes speelde humor een belangrijke rol. Voor de vervolgcampagne is het gebruik van humor nog steeds een optie, maar moeten we – ook rekening houdend met het politieke Umfeld (zie hieronder) waarin Ster zich bevindt – oppassen dat het niet plat/flauw wordt. It's a fine line. Het zou eventueel subtieler mogen dan in eerdere campagnes. Denk aan een knipoog of humor in woordspelingen.
- ▶ Het is belangrijk dat er een goede samenhang in middelen in de campagne zit incl. een duidelijke focus in wat we van doelgroep vragen (handelingsperspectief). Terugkomend op eerdere opmerking over diverse tag-ons, goed om hier wellicht meer focus in te hebben.
- ▶ De accountmanager (sales): het gewenste contact met Ster vanuit de klant gezien is persoonlijk (e-mail dan wel face-to-face met accountmanager). Wens is dat de campagne sales ondersteunt in hun werkzaamheden en idealiter ook concrete handvatten voor hen biedt.
- ▶ Voor de inzet van een eventuele video (tv/online), radiocommercials en banners/display kunnen we gebruikmaken van niet verkochte reclameruimte van de publieke omroep binnen de reclameblokken op tv en radio, op websites en apps van de NPO en omroepen en on-demand platform NPO Start³. We zullen hierbij wel een zorgvuldige afweging moeten maken wat passend is bij de (B2B-)doelgroep. Radio 1, 2 en 4 worden bijvoorbeeld goed beluisterd door de B2B-doelgroep.
- ▶ De inzet van de campagne hoeft niet uitsluitend beperkt te zijn tot de omgeving van de publieke omroep, maar dit zullen wel de voornaamste kanalen zijn.
- ▶ We hebben veel [cases](https://www.ster.nl/klantcases/) van klanten die ter inspiratie kunnen dienen: <https://www.ster.nl/klantcases/>
- ▶ Ster heeft veel onderzoek en kennis in huis en de mogelijkheid om commercials te testen met onze eigen commercialtest Ster AdMeasure.
- ▶ Het is niet de bedoeling om een aparte website te ontwikkelen voor de campagne. Daar waar nodig kunnen we gebruikmaken van onze website Ster.nl, bijv. door een eventuele landingspagina aan te maken.
- ▶ We hebben bij Ster een vormgever in huis. Mede daarom is de vraag aan het bureau op met name strategisch/conceptueel vlak. Bij de creatie van middelen is het de bedoeling dat de vormgever hier zelf makkelijk doorvertalingen van kan maken. Zij maakt bijvoorbeeld doorgaans zelf onze campagnebanners.
- ▶ Gebruik huisstijl: logo, descriptor reclame, pay off bereik meer, kleur, fontgebruik, audiologo en schrijfstijl. Je leest alles over de huisstijl in de [Brandportal](https://brandportal.ster.nl/) <https://brandportal.ster.nl/> (wachtwoord: *Laapersveld70).
- ▶ We blijven weg van jargon: termen als GRP's en adverteerders gebruiken we niet om (potentiële) klanten aan te spreken.
- ▶ Diversiteit en inclusiviteit zijn voor Ster belangrijk. We streven naar een representatieve en inclusieve campagne, met bewuste keuzes in o.a. man/vrouw-verhouding en culturele achtergronden.
- ▶ Ster zet AI waar relevant in ter ondersteuning van contentcreatie, met behoud van onze schrijfstijl (actief, nuchter). Alle output wordt handmatig gecontroleerd. We volgen ontwikkelingen en staan open voor kansen en mogelijkheden, maar zijn als publieke speler ook voorzichtig en kijken naar risico's mede met het oog op onze kernwaarde betrouwbaarheid.

Buiten de scope

³ Ster kan namelijk vanwege de bijdrage aan het ministerie / NPO volgens ons onder 'algemeen nut' (maatschappelijke organisaties) worden geschaard.

De onderhavige Opdracht betreft campagnes. Andere aan marketing- en communicatie gerelateerde activiteiten, zoals het organiseren van events, media-inkoop en online marketing zijn geen onderdeel van de Opdracht.

2.6.1 Minimumeisen

De minimumeisen waaraan Opdrachtnemer gehouden is bij de uitvoering van de Opdracht, zijn opgenomen in de Aanbestedingsstukken, in het bijzonder in de Bijlage Programma van Eisen. Inschrijvers dienen zich hier, op straffe van uitsluiting, volledig en onvoorwaardelijk aan te conformeren. Met het indienen van een Inschrijving stemt de Inschrijver volledig en onvoorwaardelijk in met de in de Aanbestedingsstukken, inclusief de Bijlage Programma van Eisen, gestelde eisen, voorschriften en voorwaarden.

Een Inschrijving onder andere voorwaarden is niet toegestaan en leidt dus tot uitsluiting. Voor zover de Aanbestedingsstukken met elkaar in tegenspraak zijn, geldt ten tijde van het indienen van een Inschrijving de navolgende rangorde:

- a. de Nota's van inlichtingen, waarbij het recentst gestelde prevaleert;
- b. de concept-Overeenkomst – uiteindelijk prevaleert de Overeenkomst waarbij de noodzakelijke wijzigingen die voortvloeien uit de Nota's van inlichtingen in de definitieve Overeenkomst worden verwerkt;
- c. deze Aanbestedingsleidraad, inclusief overige niet in deze opsomming expliciet benoemde Bijlagen, waaronder het Programma van Eisen en het Prijsin Vulformulier;
- d. de Algemene Rijksvoorwaarden voor het verstrekken van opdrachten tot het verrichten van diensten (ARVODI-2025)
- e. de Inschrijving van Inschrijver.

Let op: Inschrijvers moeten terdege kennisnemen van deze bescheiden aangezien deze belangrijke verplichtingen bevatten waaraan niet voorbij mag worden gegaan voordat de Inschrijver een Inschrijving indient. Het indienen van een Inschrijving betekent de volledige acceptatie zonder enig voorbehoud van de Aanbestedingsstukken door de Inschrijver.

2.6.2 Varianten

Varianten worden niet geaccepteerd. Een Inschrijving dient altijd te voldoen aan de gestelde minimumeisen.

2.7 Omvang van de Opdracht

De geschatte omvang van de Opdracht bedraagt circa €100.000 (excl. btw) per jaar voor de ontwikkeling en uitvoering van de corporate campagne (concept en creatie). Dit is gebaseerd op de uitgaven van Ster in de afgelopen jaren. De totale geraamde waarde van de Opdracht bedraagt daarmee circa €400.000 (excl. btw) voor de maximale looptijd van de Overeenkomst inclusief eventuele verlengingen.

De maximale waarde van de Overeenkomst wordt gemaximeerd op 150% van de geraamde opdrachtwaarde, zijnde € 600.000 (excl. btw) om pieken of aanvullende werkzaamheden op te kunnen vangen, waarbij dit maximum jaarlijks wordt geïndexeerd conform de indexering als gesteld in de Overeenkomst.

De genoemde omvang is indicatief. Opdrachtnemer kan hier op geen enkele wijze rechten aan ontleen. Ster heeft geen afnameverplichting en geeft geen omzetgarantie. Alle genoemde bedragen zijn exclusief btw.

2.8 Vorm en duur Overeenkomst

Er is sprake van een raamovereenkomst met een initiële looptijd van 24 maanden met de mogelijkheid de Overeenkomst tweemaal tegen dezelfde voorwaarden te verlengen voor een periode van telkens 12 maanden. Ster heeft de mogelijkheid gedurende de gehele looptijd de Overeenkomst tussentijds zonder opgaaf van redenen op te zeggen, met inachtneming van een opzegtermijn van 6 maanden. Ster zal hier terughoudend mee omgaan, doch wenst die flexibiliteit te hebben om in te spelen op bijvoorbeeld bestuurlijke veranderingen, wetswijzigingen of indien blijkt dat de samenwerking niet geheel naar wens verloopt. De concept-Overeenkomst is bijgevoegd als Bijlage.

2.9 Algemene inkoopvoorwaarden

De ARVODI-2025 van toepassing op deze Opdracht. Algemene voorwaarden van Inschrijvers of andere algemene of specifieke voorwaarden, zoals branchevoorwaarden, worden uitdrukkelijk van de hand gewezen. Suggesties ten aanzien van de voorwaarden kunnen uitsluitend worden gedaan door het stellen van vragen. In de Nota('s) van inlichtingen wordt aangegeven of en op welke wijze met deze suggesties rekening wordt gehouden. Daarna zijn de voorwaarden definitief.

2.10 Werking van de raamovereenkomst

Een raamovereenkomst betekent dat de voorwaarden inzake te plaatsen nadere opdrachten in meer of mindere mate zijn vastgelegd, maar nog geen (financiële) verplichtingen zijn aangegaan. Als zich een daadwerkelijke, concrete behoefte voordoet bij Opdrachtgever kan hierin worden voorzien door Opdrachtnemer op basis van een nadere opdracht. Enkele maar nog niet alle voorwaarden inzake nadere opdrachten zijn vastgelegd in de Overeenkomst. Aan een nadere opdracht gaat altijd een nadere offerteaanvraag van Opdrachtgever en een nadere offerte van Opdrachtnemer vooraf. De nadere opdracht komt niet eerder tot stand dan na schriftelijke acceptatie van de nadere offerte door Opdrachtgever.

2.11 Wachtkamerconstructie

Op de Overeenkomst is een wachtkamerconstructie van toepassing. Op basis van de beoordeling van de Inschrijvingen ontstaat een rangorde van Inschrijvers. Met de Inschrijver die op basis van de rangorde als eerst niet in aanmerking komt voor de gunning van de Overeenkomst wordt een wachtkamerovereenkomst gesloten. De wachtkamerovereenkomst is als Bijlage toegevoegd. Hierin is onder meer opgenomen dat deze Inschrijver de gestanddoeningstermijn van zijn Inschrijving verlengt voor de duur van de wachtkamerovereenkomst.

Ster behoudt zich overeenkomstig de wachtkamerovereenkomst het recht voor om, in geval van voortijdige ontbinding van de Overeenkomst met (een van) de oorspronkelijke Opdrachtnemers, de Opdracht alsnog enkelzijdig tegen de condities van deze aanbesteding te gunnen aan de Inschrijver waarmee de wachtkamerovereenkomst is aangegaan, overeenkomstig diens Inschrijving. Ster kan voornoemd recht invoeren tot 12 maanden na het sluiten van de Overeenkomst met de eerste Opdrachtnemers. De daaropvolgende 12 maanden kan de wachtkamerovereenkomst enkel worden afgeroepen indien wachtkamerpartij hiermee instemt. Ster kan ook besluiten geen gebruik te maken van de wachtkamerovereenkomst.

2.12 Verwerking van persoonsgegevens

Op basis van de aard van de Opdracht is het uitgangspunt dat Opdrachtnemer in beginsel geen persoonsgegevens verwerkt namens Ster en daarom niet kwalificeert als verwerker in de zin van de AVG. Ster verstrekt aan Opdrachtnemer geen persoonsgegevens, tenzij dit noodzakelijk is voor de uitvoering van een concrete opdracht. Waar mogelijk wordt gewerkt met geanonimiseerde of geaggregeerde informatie.

Zodra blijkt dat Opdrachtnemer bij de uitvoering van de Opdracht persoonsgegevens namens Ster zal verwerken en indien en voor zover Opdrachtnemer daarbij kwalificeert als verwerker in de zin van de AVG, wordt een verwerkersovereenkomst afgesloten tussen de partijen.

2.13 Maatschappelijk verantwoord inkopen: Duurzaamheid

Duurzaam ondernemen – ook wel maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) genoemd – is ondernemen waarbij evenwicht bestaat tussen economische, sociale en milieubelangen. Duurzame ondernemers kijken niet alleen naar hun winst- en verliescijfers, maar ook naar de gevolgen van hun bedrijfsactiviteiten voor mens en milieu. En niet alleen naar de gevolgen op korte, maar ook naar de gevolgen op lange termijn. Ster beschouwt het als haar taak om het duurzaam inkoopbeleid te stimuleren en te faciliteren en daarnaast de gegevens over de voortgang te verzamelen en daarover te informeren. Inschrijver dient duurzaam ondernemen te borgen in zijn organisatie. Met betrekking tot duurzaamheid worden geen harde eisen opgesteld als zodanig, maar van Inschrijver wordt wel geacht op verzoek van Ster te informeren over door Inschrijver genomen acties omtrent duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Duurzaamheid wordt meegenomen in het subgunningscriterium kwaliteit onder het mondeling deel (par. 4.2.4).

Hoofdstuk 3 Toetsing aan uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe wordt getoetst of aan de voorwaarden voor deelname aan de aanbesteding is voldaan. De toetsing van de Inschrijvingen bestaat uit drie stappen, waarbij geldt dat in beginsel slechts aan de volgende stap wordt toegekomen als in de vorige stap niet geconcludeerd is dat de Inschrijving terzijde moet worden gelegd en Inschrijver moet worden uitgesloten van deelname.

3.1 Stap 1: Toetsen of is voldaan aan de procedurele aspecten en voorschriften

De Inschrijving wordt na opening eerst getoetst aan procedurele aspecten, voorschriften en spelregels, hoegenaamd dan ook, die uiteen zijn gezet in de Aanbestedingsstukken. Als een Inschrijver of Inschrijving hier niet aan voldoet, zal een Inschrijver worden uitgesloten van deelname, mits dit naar het oordeel van de Aanbestedende dienst proportioneel is, wat mede beoordeeld wordt in het licht van het gelijkheids- en transparantiebeginsel.

3.2 Stap 2a: Toetsen of geen sprake is van Russische Inschrijver

De Aanbestedende dienst wil voorkomen, door gunning en/of betalingen, (in)direct bij te dragen aan (financiering van) de oorlog in Oekraïne. De Aanbestedende dienst zal in dat kader niet overgaan tot het sluiten van een Overeenkomst met een Inschrijver die onder het sanctiepakket van de Europese Unie valt, daaronder begrepen een Samenwerkingsverband waaraan één of meerdere ondernemers deelnemen die onder het sanctiepakket vallen. In dat geval wordt het gehele Samenwerkingsverband uitgesloten. Op eerste verzoek van de Aanbestedende dienst dient Inschrijver een verklaring te overleggen waaruit blijkt dat er geen sprake is van Russische betrokkenheid bij de uitvoering van deze Overeenkomst. De Aanbestedende dienst kan daarnaast om aanvullende bewijsmiddelen verzoeken, bijvoorbeeld over eigendomsstructuren en aanvullende informatie van Derden en Onderaannemers. Inschrijver dient hieraan zijn medewerking te verlenen op straffe van uitsluiting.

3.3 Stap 2b: Toetsen of geen uitsluitingsgronden van toepassing zijn

Tijdens de tweede stap wordt ook getoetst of op een Inschrijver geen uitsluitingsgronden van toepassing zijn. Uitsluitingsgronden zien toe op omstandigheden die de Inschrijver betreffen en diens uitsluiting van deze procedure rechtvaardigen.

Op deze aanbesteding zijn alle wettelijk verplichte uitsluitingsgronden en facultatieve uitsluitingsgronden voor aanbestedingen boven de Europese drempel van toepassing met uitzondering van 'prestaties uit het verleden (past performance)' en 'ernstige beroepsfout'. De wettelijke verplichte uitsluitingsgronden zijn weergegeven onder Deel IIIA en B van het UEA en de van toepassing zijnde facultatieve uitsluitingsgronden zijn aangevinkt onder IIIC. De Aanbestedende dienst kiest hiervoor omdat zij in beginsel geen zaken wil doen met een Inschrijver die in één van deze omstandigheden verkeert.

Uitsluitingsgronden mogen niet van toepassing zijn op de zelfstandige Inschrijver, elke deelnemer aan een Samenwerkingsverband dat als Inschrijver optreedt, Derden waarop een Inschrijver zich beroept en ook niet op Onderaannemers.

Let op: In het geval van een Samenwerkingsverband en/of een beroep op een Derde dienen meerdere UEA's te worden ingevuld, ondertekend en ingediend. Inschrijvers waarop dit van toepassing is, dienen goed kennis te nemen van de Bijlage Voorschriften Samenwerkingsverband, Derde en Onderaannemer.

Voor wat betreft de bewijsvoering is het uitgangspunt dat Inschrijvers bij hun Inschrijving kunnen volstaan met het UEA. Als een Inschrijver bij een van de uitsluitingsgronden aangeeft dat deze van toepassing is, wordt deze Inschrijver uitgesloten van deelname, tenzij de Aanbestedingswet 2012 in een uitzondering voorziet en de Aanbestedende dienst besluit zich op deze uitzondering, al dan niet na het hebben ontvangen van een nadere zienswijze van de Inschrijver, te beroepen.

Inschrijvers dienen aldus de Bijlage UEA in te vullen, rechtsgeldig te ondertekenen en bij de Inschrijving te voegen. De rechtsgeldige ondertekening van het UEA staat voor de rechtsgeldige ondertekening van de gehele Inschrijving.⁴ De Aanbestedende dienst heeft in Deel I en Deel III alles al ingevuld c.q. aangekruist wat van toepassing in en Inschrijver vult het overige in.

Na de Gunningsbeslissing vraagt de Aanbestedende dienst Verificatiedocumenten op bij de winnende Inschrijver in lijn met de Aanbestedingswet 2012 en de Aanbestedingsstukken. De documenten die opgevraagd worden, zijn weergegeven in de Bijlage Checklist Verificatiedocumenten. De Verificatiedocumenten zullen na de Gunningsbeslissing niet worden opgevraagd aan de Inschrijver met wie de Aanbestedende dienst voornemens is de wachtkamerovereenkomst te sluiten. Als de Aanbestedende dienst op een later moment voornemens is om de wachtkamerovereenkomst in te roepen, dient de Inschrijver waarmee de wachtkamerovereenkomst is aangegaan de Verificatiedocumenten op dat moment te verstrekken. Als de Verificatiedocumenten niet voldoen aan de gestelde eisen bij de aanbesteding zal de Opdracht niet alsnog worden gegund aan deze Inschrijver. Als in de Aanbestedingsstukken eisen zijn verbonden aan de actualiteit van Verificatiedocumenten wordt deze termijn in dat geval berekend vanaf het moment dat Opdrachtgever om de Verificatiedocumenten van de wachtkamerpartij heeft verzocht.

Als de Inschrijver op een later moment op de hoogte raakt van feiten en/of omstandigheden die eventueel alsnog tot het toepassen van een uitsluitingsgrond zouden leiden, dient hij dit onverwijld aan de Aanbestedende dienst te melden. Als op enig moment blijkt dat de Inschrijver niet voldoet aan de gestelde eisen of de Verificatiedocumenten niet kan overleggen, wordt hij uitgesloten. Als dit feit zich na de Gunningsbeslissing voordoet, komt een nieuwe Gunningsbeslissing tot stand.

3.4 Stap 3: Toetsen of aan de geschiktheidseisen is voldaan

Als op de Inschrijver geen uitsluitingsgronden van toepassing zijn, wordt zijn geschiktheid beoordeeld aan de hand van onderstaande eisen inzake financiële en economische draagkracht, technische en beroepsbekwaamheid en beroepsbevoegdheid. De Aanbestedende dienst stelt deze eisen met het doel een Opdrachtnemer te contracteren die over de juridische, financiële en technische capaciteiten beschikt om de Opdracht uit te kunnen voeren. Als de Inschrijver niet aan de gestelde geschiktheidseisen voldoet, zal de Inschrijving terzijde worden gelegd. Ook hier is het uitgangspunt dat Inschrijvers bij hun Inschrijving kunnen volstaan met het UEA, waarin zij onder Deel IV verklaren aan alle hieronder gestelde geschiktheidseisen (in het UEA tevens 'Selectiecriteria') te voldoen ('ja') tenzij uitdrukkelijk anders bepaald is dat bij de Inschrijving aanvullende informatie moet worden overlegd. Ten aanzien van het opvragen van de Verificatiedocumenten geldt hetzelfde als hiervoor al is beschreven rondom de uitsluitingsgronden.

3.4.1 Financiële en economische draagkracht

Ster hecht enige waarde aan de financiële en economische draagkracht van ondernemingen, omdat Ster geen zaken wil doen met partijen die zich in financieel zwaar weer bevinden.

Ster stelt daarom de volgende minimumeisen aan Inschrijvers:

1. Continuïteit: Inschrijver mag geen signalen hebben dat de continuïteit van zijn onderneming in het geding is. Dat betekent dat de accountant geen continuïteitsparagraaf mag hebben opgenomen in het laatste jaarverslag van de onderneming. Voor niet-jaarrekening plichtige ondernemingen volstaat een beoordelings- of samenstellingsverklaring van een Registeraccountant of een bevoegde accountant-administratieconsulent (ex artikel 2:393, lid 1 BW), zonder toelichtende paragraaf wegens ernstige onzekerheid omtrent de continuïteit.
2. Verzekering: Inschrijver verklaart dat de onderneming afdoende is verzekerd tegen wettelijke aansprakelijkheid en tegen bedrijfsaansprakelijkheid. Er dient sprake te zijn van adequate en in de branche gebruikelijke verzekering. Inschrijver garandeert dat de onderneming gedurende de gehele looptijd van de (verlengde) Overeenkomst zal blijven voldoen aan deze geschiktheidseisen.

⁴ Indien de Inschrijving elders rechtsgeldig ondertekend is, is ondertekening van het UEA niet noodzakelijk.

Als ingeschreven wordt als Samenwerkingsverband dienen alle afzonderlijke deelnemers aan het Samenwerkingsverband aan deze eisen te voldoen. Als een beroep wordt gedaan op een Derde geldt deze eis ook voor elke afzonderlijke Derde.

Als de Inschrijver hier niet aan voldoet, wordt hij uitgesloten van deelname. Bij de Inschrijving volstaat het UEA (Deel IV). Op eerste verzoek van de Aanbestedende dienst dient Inschrijver Verificatiedocumenten te overleggen, waaruit blijkt dat aan deze eisen is voldaan in lijn met art. 2.91 Aanbestedingswet 2012.

3.4.2 Technische en beroepsbekwaamheid

Het is voor de Aanbestedende dienst van belang dat de gecontracteerde Opdrachtnemer qua technische en beroepsbekwaamheid geschikt is om de Opdracht uit te voeren. Daarom worden onderstaande eisen gesteld:

3.4.2.1 Kerncompetentie

De Aanbestedende dienst heeft een kerncompetentie geïdentificeerd waarover Inschrijver moet beschikken om de Opdracht succesvol uit te kunnen voeren. Het betreft de volgende kerncompetentie:

Uitvoeren corporate campagne

Inschrijver heeft in de afgelopen 36 maanden voorafgaand aan de sluitingsdatum voor het indienen van een Inschrijving, voor minimaal één referentie-organisatie een vergelijkbare corporate campagne uitgevoerd. Onder vergelijkbaar wordt verstaan een opdracht van minimaal €50.000 excl. btw, waarbij een algemeen campagneconcept is uitgewerkt inclusief een doorvertaling hiervan in een middel als een banner en/of radiospot en/of tv-commercial voor een nationaal bekend merk.

Behalve het UEA (Deel IV) dient Inschrijver één referentie te overleggen waaruit ondubbelzinnig blijkt dat de gevraagde werkzaamheden eerder zijn uitgevoerd.

Voor het overleggen van de referentie-opdracht dient Inschrijver gebruik te maken van de Bijlage Format kerncompetenties. Het format dient altijd volledig te worden ingevuld.

Ten aanzien van de te overleggen referentie in het Format kerncompetenties gelden, naast de omschrijving van de kerncompetentie die er volledig en ondubbelzinnig in terug moet keren, de volgende eisen. Als hier niet aan is voldaan, wordt de referentie als ongeldig beschouwd:

1. De gevraagde kerncompetentie is ten behoeve van een klant, de referentie-organisatie, aangewend in de periode van 36 maanden voorafgaand aan de sluitingsdatum voor het indienen van een Inschrijving. De referentie-opdracht hoeft nog niet volledig te zijn afgerond, maar de onderdelen, waar de kerncompetentie betrekking op heeft, moeten wel zijn uitgevoerd en geëvalueerd.
2. Ter controle dienen bij de referentie-opdracht de actuele contactgegevens van de contactpersoon te worden opgegeven. Verificatie van de referentie kan zonder verdere toestemming en raadpleging van Inschrijver worden uitgevoerd. Inschrijver dient de contactpersoon van de referentie-organisatie te verwittigen van het feit dat hij of zij in dit kader kan worden benaderd.
3. Als de verklaring van de referentie-organisatie niet overeenstemt met de verklaring van de Inschrijver of de referentie-organisatie geen medewerking aan de controle wenst te verlenen, en dus niet kan worden geverifieerd of aan het vereiste is voldaan, wordt de referentie als ongeldig beschouwd met uitsluiting van deelname aan de aanbesteding tot gevolg, maar niet voordat Inschrijver om een nadere zienswijze is gevraagd.
4. Een referentie wordt alleen als geldig beschouwd als de betreffende referentie-opdracht is uitgevoerd door Inschrijver. In het geval van een Samenwerkingsverband is dit een van de deelnemers aan het Samenwerkingsverband waarmee wordt ingeschreven op deze aanbesteding. In het geval de Inschrijver een beroep doet op een Derde, is dit de Inschrijver of de betreffende Derde.
5. De referentie-opdracht mag niet uitgevoerd zijn voor de eigen organisatie van Inschrijver of een Derde waarop deze zich beroept, een andere organisatie binnen de holding of een onderneming met een belang groter dan een derde in de onderneming die de referentie-opdracht heeft uitgevoerd.

De Aanbestedende dienst behoudt zich het recht voor door Inschrijver Verificatiedocumenten te laten overleggen waaruit blijkt dat de verklaringen naar waarheid zijn ingevuld.

3.4.2.2 *Certificering*

Voorts dient Inschrijver op het moment van het indienen van een Inschrijving en gedurende de looptijd van de Overeenkomst te beschikken over de volgende certificering:

▶ *ISO 9001:2008/15 of gelijkwaardig*

Van gelijkwaardigheid is sprake als Inschrijver aantoonbaar beschikt over een kwaliteitszorgsysteem dat ziet op de processen binnen de onderneming die samenhangen met de gevraagde dienstverlening, waarbij voorzien wordt in adequate waarborgen dat de processen in de praktijk werking hebben overeenkomstig het beschreven kwaliteitszorgsysteem, bijvoorbeeld doordat sprake is van periodieke interne of externe audits.

Indien aangemeld wordt als Samenwerkingsverband dienen alle afzonderlijke deelnemers aan het Samenwerkingsverband aan deze eisen te voldoen. Voor deze eisen kan geen beroep op een Derde worden gedaan.

Bij de Inschrijving volstaat het UEA (Deel IV). Op eerste verzoek van de Aanbestedende dienst dient Inschrijver een kopie van het betreffende certificaat te kunnen overleggen of andere bescheiden waaruit onomstotelijk blijkt dat aan het vereiste is voldaan.

3.4.3 **Beroepsbevoegdheid**

Inschrijver, waaronder begrepen alle eventuele deelnemers aan het Samenwerkingsverband en tevens de Derde(n) en Onderaannemer(s) waarop een beroep wordt gedaan, dient te zijn ingeschreven in het nationale handelsregister. Als Inschrijver hier niet aan voldoet, wordt hij uitgesloten van deelname. Dat een Inschrijver voldoet aan de eisen rondom beroepsbevoegdheid dient bij de Inschrijving verklaard te worden via het UEA. Op eerste verzoek van de Aanbestedende dienst dient Inschrijver Verificatiedocumenten te kunnen overleggen waaruit blijkt dat deze verklaring naar waarheid is afgegeven, waaronder in ieder geval een uittreksel van de inschrijving in het handelsregister, niet ouder dan zes maanden.

Hoofdstuk 4 Beoordeling van de Inschrijvingen: gunningscriterium

Als een Inschrijving niet op eerdere gronden is uitgesloten, wordt overgegaan tot de inhoudelijke beoordeling van het aanbod van Inschrijver. De economisch meest voordelige Inschrijving wordt door de Aanbestedende dienst bepaald op basis van het criterium 'beste prijs-kwaliteitverhouding'. De Inschrijver achter de Inschrijving met de beste prijs-kwaliteitverhouding krijgt de Opdracht in principe gegund.

4.1 Beoordelingsmethodiek- en procedure

In totaal zijn er **100.000 punten** te behalen, verdeeld over de subgunningscriteria kwaliteit en prijs. Deze subgunningscriteria bestaan op hun beurt weer uit één of meerdere onderdelen. Het subgunningscriterium kwaliteit bestaat uit een schriftelijk en een mondeling deel. Het mondelinge deel bestaat uit een presentatie met de sleutelfunctionaris(sen). Dit wordt hieronder nader toegelicht. In onderstaand overzicht is weergegeven hoeveel punten maximaal kunnen worden toegekend aan elk onderdeel van een Inschrijving.

Subgunningscriterium	Onderdeel	Maximumaantal punten
Kwaliteit	1. Ideeën concept Corporate Campagne	40.000
	2. Mondeling deel	40.000
Prijs	Prijzenblad	20.000
Totaal		100.000

Voor de kwalitatieve beoordeling van de Inschrijvingen wordt een beoordelingscommissie samengesteld. De intentie van de Aanbestedende dienst is om gedurende de procedure de samenstelling van de beoordelingscommissie niet te wijzigen. De samenstelling kan echter wijzigen door omstandigheden die zich voordoen gedurende de aanbestedingsprocedure. Naar de huidige inzichten zal de beoordelingscommissie bestaan uit de volgende functies: de algemeen directeur, een teammanager marketing & communicatie, en een specialist marketing & communicatie.

In eerste instantie zullen de leden van de beoordelingscommissie de Inschrijvingen individueel beoordelen op het schriftelijke deel van het subgunningscriterium kwaliteit. Vervolgens worden de definitieve scores door alle leden van de beoordelingscommissie op basis van consensus vastgesteld. Er wordt dus geen gemiddelde berekend. Individuele beoordelingen zullen niet worden verstrekt en zijn louter voor intern gebruik.

De leden van de beoordelingscommissie beoordelen het schriftelijke deel en mondelinge deel van het subgunningscriterium kwaliteit zonder kennis te hebben van de aangeboden prijzen. De procesbegeleiders van Pro 10 B.V. hebben wel inzicht in de aangeboden prijzen om deze tijdig te kunnen toetsen aan de gestelde randvoorwaarden.

Na beoordeling van het schriftelijke deel kwaliteit worden Inschrijvers, die op basis van het schriftelijke deel (kwaliteit + prijs) nog een kans hebben de Opdracht (waaronder in het geval van een wachtkamerconstructie begrepen de wachtkamerovereenkomst), gegund te krijgen, uitgenodigd voor het mondelinge deel. Deze kans is aanwezig wanneer het verschil tussen het aantal punten dat is toegekend aan het schriftelijke deel van de Inschrijving en dat is toegekend aan de Inschrijving die op basis van de tussenstand voor gunning van de Opdracht in aanmerking komt, kleiner is dan het maximaantal punten dat aan het mondelinge deel kan worden toegekend. Inschrijvers die op basis van de beoordeling van het schriftelijke deel geen kans meer hebben om de Opdracht gegund te krijgen, worden niet uitgenodigd voor het vervolg. Daarbij wordt geen rekening gehouden met de mogelijkheid dat Inschrijvers die worden toegelaten tot het mondelinge deel op een later moment alsnog moeten worden uitgesloten, althans hun Inschrijving terzijde moet worden gelegd. Hiervoor is gekozen om de administratieve lasten voor alle partijen te beperken en te zorgen voor een natuurlijk procedureverloop.

Als meerdere Inschrijvingen met een gelijk puntenaantal gerangschikt worden en het op basis hiervan voor de Aanbestedende dienst onmogelijk is een Gunningsbeslissing te nemen, dan geeft het aantal punten op het subgunningscriterium kwaliteit de doorslag. Als ook dit geen doorslag geeft, zal het in de tabel in paragraaf 4.1 op de hogere rij genoemde onderdeel de doorslag geven en zo verder. Als ook dat geen uitsluitsel geeft, zal er worden geloot.

De prijzen van terzijde gelegde Inschrijvingen worden niet bij de beoordeling betrokken. Als een Inschrijver tijdens of na de procedure wordt uitgesloten, worden, als uitsluiting kan leiden tot een andere score bij de andere Inschrijvers, de punten voor het subgunningscriterium prijs opnieuw berekend. Dit kan het geval zijn als de punten van de andere Inschrijvingen hiertegen zijn afgezet. De punten voor de onderdelen van het subgunningscriterium kwaliteit blijven staan, er vindt dus geen herbeoordeling plaats. Dit geldt ook als de voorlopig winnende Inschrijver tijdens de verificatie voorafgaand aan de definitieve gunning alsnog wordt uitgesloten.

4.2 Subgunningscriterium kwaliteit

Hieronder worden de verschillende onderdelen binnen het subgunningscriterium kwaliteit beschreven: hetgeen gewenst wordt door de Aanbestedende dienst, op welke wijze de Inschrijver hier invulling aan moet geven en hoe dit door de beoordelingscommissie beoordeeld zal worden.

4.2.1 Opmaak en aantal pagina's

Inschrijvers dienen zich te houden aan het maximaal aantal A4 dat per onderdeel is aangegeven. Als meer ruimte wordt gebruikt dan toegestaan, wordt het meerdere niet meegenomen in de beoordeling. De omvang van deze documenten wordt bewust beperkt gehouden vanuit de gedachte dat een "expert" weinig tekst nodig heeft om de essentie vast te leggen en onderscheidend vermogen zichtbaar te maken. Aan de opmaak worden geen voorschriften verbonden. Inschrijvingen die uitgeprint op A4 formaat onleesbaar zijn, zullen vanzelfsprekend niet worden gelezen.

4.2.2 Beoordelingskader

Het schriftelijke deel van het subgunningscriterium kwaliteit behelst open vragen gericht op kwalitatieve aspecten die door Inschrijvers moeten worden beantwoord. De onderdelen zien toe op de toegevoegde waarde die Inschrijvers kunnen leveren op de per onderdeel genoemde aspecten. Inschrijvers krijgen zo de gelegenheid zich te onderscheiden als de beste wederpartij voor de Aanbestedende dienst.

De schriftelijke onderdelen binnen het subgunningscriterium kwaliteit worden beoordeeld conform onderstaand beoordelingskader. Tussenvallende scores worden niet toegekend.

Beoordelingskader subgunningscriterium kwaliteit – schriftelijk deel		
Waardering	%Punten	Toelichting
5 Uitmuntend	100%	Inschrijver wekt zeer veel vertrouwen met zijn invulling op het onderdeel. De invulling is helder, begrijpelijk, realistisch en meetbaar. In de ogen van de beoordelingscommissie zal de invulling leiden tot een uitmuntend resultaat. Inschrijver voegt aantoonbaar en naar het oordeel van de beoordelingscommissie grote waarde toe met zijn invulling.
4 Goed	70%	Inschrijver wekt zonder meer vertrouwen met zijn invulling op het onderdeel. De invulling is helder, begrijpelijk, realistisch en meetbaar. In de ogen van de beoordelingscommissie zal de invulling leiden tot een goed resultaat. Er wordt aantoonbaar enige waarde toegevoegd met de invulling, maar naar het oordeel van de beoordelingscommissie niet meer dan dat.
3 Voldoende	40%	Inschrijver wekt voldoende vertrouwen met zijn invulling op het onderdeel, maar niet meer dan dat. De invulling is op onderdelen minder helder, begrijpelijk, realistisch of meetbaar, maar zal in de ogen van de beoordelingscommissie wel tot een voldoende resultaat leiden. Er zijn punten voor verbetering vatbaar en/of de toegevoegde waarde is te beperkt om een hogere waardering te rechtvaardigen.

2 Matig	0%	Inschrijver wekt beperkt vertrouwen met zijn invulling op het onderdeel. De invulling is niet per se onvoldoende, maar wekt ook niet het vertrouwen dat deze zeker tot een voldoende resultaat zal leiden. De invulling is op onderdelen niet voldoende helder of begrijpelijk en/of sluit inhoudelijk niet zonder meer voldoende aan bij de Opdracht.
1 Onvoldoende	Knock out	Inschrijver wekt geen vertrouwen met zijn invulling op het onderdeel. De invulling is onvoldoende helder en/of begrijpelijk en/of zal in de ogen van de beoordelingscommissie leiden tot een onvoldoende resultaat.

Let op: Als een Inschrijving als onvoldoende beoordeeld wordt op een schriftelijk onderdeel binnen het subgunningscriterium kwaliteit volgt uitsluiting van deelname. De Aanbestedende dienst acht de Inschrijving hoe dan ook ongeschikt en/of onaanvaardbaar.

Het beoordelingskader behorende bij het mondelinge deel is bij de uiteenzetting van de presentatie opgenomen.

4.2.3 Onderdeel 1: Ideeën concept Corporate Campagne

Binnen dit onderdeel wordt beoordeeld in welke mate Inschrijver in staat is om een onderscheidend en effectief concept voor de corporate campagne van Ster te ontwikkelen. Het doel van dit onderdeel is om inzicht te verkrijgen in de conceptuele en creatieve kwaliteiten van Inschrijver en de mate waarin deze aansluiten bij de in par. 2.6 omschreven opgave, doelgroep, richtlijnen en randvoorwaarden van Ster. Daarom wordt Inschrijver gevraagd een eerste uitwerking te geven van een concept voor de corporate campagne van Ster, als vervolg op de huidige campagne 'Ster Reclamestarter'.

In de beantwoording dient Inschrijver een uitwerking te geven van (eerste ideeën) voor een concept voor de corporate campagne van Ster. De uitwerking dient ten minste te bestaan uit de volgende onderdelen, waarbij geldt dat Inschrijver daarnaast uitgenodigd wordt om op andere punten in te gaan als dit naar het oordeel van Inschrijver van toegevoegde waarde kan zijn voor Ster:

1. Een beschrijving van de achterliggende ideeën/gedachten bij de in par. 2.6 uiteengezette opgave, doelgroep, richtlijnen en randvoorwaarden. Het gaat niet om een volledig uitgewerkt concept, maar Ster ziet wel graag de eerste ideeën/gedachten;
2. Een voorstel te doen (in tekst, en in het geval van a. ook in beeld) voor de vertaling van het concept naar concrete middelen (dit mogen ideeën/schetsen zijn), waaronder:
 - a. Een algemeen bruikbaar campagnebeeld, inclusief een doorvertaling naar een banner (voor gebruik op de websites van de NPO/omroepen);
 - b. Een idee/schets voor een radiospot als onderdeel van de campagne
3. Een beschrijving van de wijze waarop Inschrijver de corporate campagne realiseert, waaronder in ieder geval:
 - a. De voorgestelde werkwijze en aanpak;
 - b. De stappen in de opstartfase;
 - c. De inrichting van de samenwerking tussen Ster en Inschrijver;
 - d. Een globale planning, uitgaande van een startdatum van 1 januari 2027.

Bij de beoordeling zal onder meer gelet worden op:

- a. De mate waarin het concept aansluit bij de doelstellingen van de corporate campagne en de doelgroep van Ster;
- b. De kwaliteit, originaliteit en onderscheidend vermogen van het concept en de vertaling naar middelen;
- c. De onderbouwing en consistentie van de gekozen strategie en rationale;
- d. De toepasbaarheid en uitvoerbaarheid van het concept binnen de context van Ster;
- e. De mate waarin de beschrijving van de realisatie realistisch is en vertrouwen biedt in een kwalitatief goede uitvoering.

Inschrijver mag maximaal 8 A4 (enkelzijdig, incl. afbeeldingen, tabellen, figuren, et cetera) gebruiken voor dit onderdeel.

4.2.4 Onderdeel 2: Mondeling deel – presentatie

Onderdeel van de kwalitatieve beoordeling is een presentatie. Tijdens de presentatie krijgt Inschrijver de kans om aan te tonen dat deze de onderhavige Opdracht van Ster goed doorgrondt en in staat is om het ingediende concept voor de corporate campagne overtuigend toe te lichten en door te vertalen naar de praktijk. Daarnaast krijgt Inschrijver de gelegenheid om een indruk te geven van haar organisatie, werkwijze en portfolio. Inschrijver wordt gevraagd om een of meer sleutelfunctionarissen af te vaardigen voor de presentatie.

Voor de presentatie mogen namens Inschrijver maximaal 3 personen aanwezig zijn, waarbij minimaal de beoogde primaire contactpersoon voor Ster (klantverantwoordelijke) namens Inschrijver aanwezig is. De aanwezige sleutelfunctionaris(sen) dienen ook daadwerkelijk te worden ingezet tijdens de Opdracht. In geval van overmacht zoals ziekte mag een plaatsvervanger deelnemen aan de presentatie, mits deze aantoonbaar dezelfde rol en ervaring heeft als de oorspronkelijke sleutelfunctionaris en dit ook de standaard vervanger is van de sleutelfunctionaris gedurende de looptijd van de Opdracht.

Wij vragen Inschrijver in de presentatie in ieder geval de volgende punten toe te lichten:

1. De ideeën voor het concept van de corporate campagne inclusief de uitgewerkte middelen. Ga hierbij specifiek in op hoe de campagne een bijdrage gaat leveren aan de doelstellingen van de campagne.
2. Korte toelichting van waar jullie als bureau voor staan, hoe jullie werken en hoe dat aansluit bij de kernwaarden van Ster. Graag ook kort toelichten wat jullie aanpak/acties zijn op het gebied van duurzaam/maatschappelijk verantwoord ondernemen.
3. Korte toelichting van 1 of 2 aansprekende voorbeeld(en) van vergelijkbaar werk van het bureau laten zien.

Bij de presentatie is de beoordelingscommissie aanwezig. De presentatie vindt plaats op het kantoor van Ster in Hilversum en duurt maximaal 60 minuten, waarvan 40 minuten voor de presentatie, en 20 minuten voor het stellen van vragen door de beoordelingscommissie naar aanleiding van de presentatie.

Tijdens de presentatie zal Inschrijver de beoordelingscommissie moeten overtuigen waarom juist haar organisatie in staat is om de Opdracht in de praktijk tot een succes te maken en daarbij van toegevoegde waarde kan zijn. Inschrijvers dienen de Bijlage Format sleutelfunctionaris(sen) volledig in te vullen en bij te voegen bij de Inschrijving. Het format is ter informatie en zal niet worden meegenomen in de beoordeling.

Het mondelinge deel wordt beoordeeld conform onderstaand beoordelingskader:

Beoordelingskader subgunningscriterium kwaliteit – mondelinge deel		
Waardering	%Punten	Toelichting
5 Uitmundend	100%	De Inschrijver wekt zeer veel vertrouwen. Inschrijver doorgrondt de Inschrijving en Opdracht uitmuntend en is in staat deze overtuigend te vertalen naar een concrete aanpak in de praktijk. Naar het oordeel van de beoordelingscommissie heeft de Inschrijver bovendien aangetoond over de benodigde kennis en expertise te beschikken om een uitmuntend resultaat neer te zetten.
4 Goed	70%	De Inschrijver wekt goed vertrouwen. Inschrijver doorgrondt de Inschrijving en de Opdracht goed. Naar het oordeel van de beoordelingscommissie heeft de Inschrijver bovendien aangetoond over de benodigde kennis en expertise te beschikken om in de praktijk een goed resultaat neer te zetten. Een hogere waardering is niet gerechtvaardigd omdat de Inschrijving en/of Opdracht niet uitmuntend wordt doorgrondt en/of de beoordelingscommissie niet overtuigd is van het feit dat de Inschrijver over de kennis en expertise beschikt om een meer dan goed resultaat neer te zetten.
3 Voldoende	40%	De Inschrijver wekt voldoende vertrouwen. Inschrijver doorgrondt de Inschrijving en/of de Opdracht voldoende. De Inschrijver heeft de beoordelingscommissie er echter niet van overtuigd dat deze over de benodigde kennis en expertise beschikt om in de praktijk een meer dan voldoende resultaat neer te zetten.
2 Matig	20%	De Inschrijver wekt enig vertrouwen. De beoordelingscommissie is er niet geheel van overtuigd dat de Inschrijver een voldoende resultaat gaat behalen voor Ster omdat de

		Inschrijving en/of de Opdracht niet in alle opzichten voldoende wordt doorgrondt en/of de beoordelingscommissie er niet geheel van overtuigd is dat deze over de benodigde kennis en expertise beschikt om in de praktijk een voldoende resultaat neer te zetten. De invulling is echter niet geheel onvoldoende.
1 Onvoldoende	0%	De Inschrijver wekt geen enkel vertrouwen. Inschrijver doorgrondt de Opdracht en/of de Inschrijving onvoldoende en/of heeft de beoordelingscommissie er in het geheel niet van kunnen overtuigen dat deze de kennis en expertise beschikt om tot een voldoende resultaat te kunnen komen.

Als Inschrijver een onvoldoende behaalt op het mondelinge deel leidt dit niet tot uitsluiting van deelname. Als de betreffende Inschrijver de Opdracht gegund krijgt, heeft de Aanbestedende dienst het recht om de sleutelfunctionaris(sen) voor de uitvoering van de Opdracht te laten vervangen door de Inschrijver, dan Opdrachtnemer. Opdrachtnemer dient hierin te voorzien. Een interview kan onderdeel zijn van deze vervangingsprocedure.

4.3 Subgunningscriterium prijs

Inschrijvers dienen het bijgevoegde Prijsinvalformulier volledig in te vullen en in TenderNed te uploaden. Het niet volledig invullen of wijzigen van het Prijsinvalformulier leidt tot uitsluiting van de Inschrijving. Er mogen geen negatieve bedragen worden ingevuld. De prijsopgave dient in Euro's (€) (op 2 decimalen) en exclusief btw te geschieden. Tenzij uitdrukkelijk anders bepaald in de Aanbestedingsstukken zijn prijzen all-in. Onder all-in wordt verstaan:

1. Inclusief voorrijkosten en vervoerskosten
2. Inclusief verwerkingskosten
3. Inclusief huur/koop
4. Inclusief verzekeringen
5. Inclusief materialen
6. Inclusief (plaatsing en gebruik van) apparatuur
7. Inclusief middelen
8. Inclusief periodiek overleg en rapportages
9. Inclusief winst
10. Inclusief overheadkosten

Indexering van aangeboden prijzen is mogelijk conform het bepaalde in de concept-Overeenkomst.

Binnen het prijzenblad is onderscheid gemaakt tussen:

1. Eenmalige totale kosten om het concept inclusief strategie te ontwikkelen;
2. Eenmalige totale kosten voor de ontwikkeling van het campagnebeeld en de doorvertaling daarvan in een banner;
3. Eenmalige totale kosten voor de ontwikkeling van de voorgestelde radiospot;
4. Eenmalige totale kosten voor de ontwikkeling van een televisiespot, gebaseerd op het voorbeeld van een huidige tv-commercial (zie Bijlage 13). Inschrijver wordt niet gevraagd om een (concept) televisiespot te ontwikkelen als onderdeel van de Inschrijving, maar dient bij in het Prijsinvalformulier wel een prijsindicatie te geven op basis van de bijgevoegde voorbeeld televisiespot van Ster.

De inschrijfsom in het Prijsinvalformulier dient onderbouwd te worden door middel van een openkostencalculatie. In de openkostencalculatie dient Inschrijver een uiteenzetting te geven van de ingediende totale kosten voor punt 1. t/m 4., waarbij minimaal wordt ingegaan op de onderliggende kosten en welke uurtarieven van toepassing zijn.

De openkostencalculatie dient ter informatie en wordt als zodanig niet bij de puntentoekening betrokken, maar is wel onderdeel van de te sluiten Overeenkomst. Inschrijver is verantwoordelijk voor de juistheid van de openkostencalculatie. De inschrijfsom is bepalend voor het realiseren van de doelstellingen van de Opdracht. Als de openkostencalculatie, en dus de inschrijfsom, achteraf onvolledig of onjuist blijkt, is dat voor risico van Inschrijver en kan dit nimmer leiden tot meerwerk of anderszins een vergoeding van extra kosten.

De punten op het subgunningscriterium prijs worden als volgt toegekend:

Bijvoorbeeld:

*Toegekend aantal punten = Laagste gewogen inschrijfsom (niet uitgesloten) / gewogen inschrijfsom Inschrijver *
maximum aantal punten*