

Programma van Eisen

Campagnes & Communicatie Verkeersveiligheid



Versie 1.0
Datum 3 juli 2026

Inleiding

Voor u ligt het Programma van Eisen voor de aanbesteding van Campagnes en communicatie verkeersveiligheid ten behoeve van de Vervoerregio Amsterdam (Vervoerregio). Dit Programma van Eisen is bestemd voor marktpartijen die geïnteresseerd zijn in het verwerven van de opdracht zoals omschreven in het beschrijvend document 'Campagnes en communicatie Verkeersveiligheid'.

In dit document vindt u de eisen voor de uitvoering van de Opdracht onderverdeeld in zes categorieën. Door het indienen van uw inschrijving voor deze opdracht verklaart u onvoorwaardelijk akkoord te gaan met alle eisen aan de opdracht. In het voorstel zien wij graag terug hoe u aan de eisen tegemoet komt.

Raadpleeg vooraf aan dit Programma van Eisen de Aanbestedingsleidraad 'Campagnes en communicatie Verkeersveiligheid'. In de aanbestedingsleidraad vindt u naast de informatie over het verloop van de aanbestedingsprocedure ook de eisen waar de (inhoud van de) Inschrijving aan moet voldoen, de Geschiktheidseisen en de Gunningscriteria die leiden tot het beoogde resultaat van de Opdracht.

De inschrijver dient onderstaande eisen te accorderen. Indien een eis met "nee" wordt geaccordeerd zal de inschrijving van verdere beoordeling worden uitgesloten. Tot slot dient de inschrijver het document te ondertekenen.

1. Algemene eisen

Nr	Eis
1.1	Inschrijver verklaart kennis te hebben genomen van het Beschrijvend Document, inclusief bijbehorende bijlagen en de nota('s) van inlichtingen en met het indienen van een inschrijving gaat inschrijver onvoorwaardelijk akkoord met de procedure, de voorwaarden en genoemde documenten.
1.2	Indien er onduidelijkheid of verschil van mening is over de uitleg van de opdracht, zal voor de beantwoording van het betreffende meningsverschil gekeken worden naar de volgende documenten in aflopende volgorde van belangrijkheid: • De Raamovereenkomst; • De nota('s) van inlichtingen; • Het Beschrijvend Document inclusief Bijlagen; • De ingediende Inschrijving van Opdrachtnemer.
1.3	Op de aanbestedingsprocedure, Raamovereenkomst en Nadere Opdrachten zijn de VNG 2025 van toepassing. De in de Aanbestedingsdocumenten benoemde afwijkingen ten opzichte van de VNG 2025, prevaleren ten opzichte van de tekst van de VNG 2025.
1.4	Opdrachtnemer verplicht zich gedurende de looptijd van de Overeenkomst processen in te richten en uit te voeren conform NEN-EN-ISO 9001 of gelijkwaardig.

1.5	Opdrachtnemer beschikt over een geldig certificaat met CO ₂ -prestatieladder van tenminste niveau 3 of gelijkwaardig op moment van Inschrijven en verplicht zich tot het behalen van trede 5 binnen 2 jaar na de start van de raamovereenkomst.
1.6	De Raamovereenkomst heeft als doel om binnen vastgestelde kaders Nadere Opdrachten te verstrekken aan Opdrachtnemer voor de uitvoering van campagnes inclusief communicatieaanpak, gericht op het verhogen van de verkeersveiligheid in de Vervoerregio Amsterdam. Alle Nadere Opdrachten worden verstrekt door de Opdrachtgever, de Vervoerregio Amsterdam. De Raamovereenkomst ligt aan de Nadere opdracht ten grondslag en de Nadere opdracht wordt uitgevoerd conform de kaders en bepalingen in de Raamovereenkomst.
1.7	De inhoud van de Raamovereenkomst bestaat uit een aantal basisactiviteiten die gedurende de looptijd ieder jaarlijks moeten worden uitgevoerd. Dit betreft in hoofdzaak de voorbereiding, uitvoering en evaluatie van de bestaande campagnecalender. De uitvoering van de bestaande campagnecalender wordt daarbij onder begeleiding van de Opdrachtgever jaarlijks afgestemd met de gemeenten ten behoeve van een lokale aansluiting, en waar nodig aangepast/bijgesteld ten behoeve van (verhoging van) effectiviteit.
1.8	Daarnaast is er een aantal facultatieve activiteiten waarover Opdrachtgever jaarlijks beslist of deze door Opdrachtnemer uitgevoerd worden, waaronder: 1. het ontwikkelen, voorbereiden en uitvoeren van nieuwe (maatwerk)campagnes; 2. het voorbereiden en uitvoeren van nieuwe landelijke campagnes. 3. Het gebruikmaken van relevante campagnes die reeds door andere overheidsinstanties zijn ontwikkeld en toegepast; 4. Het delen of inzetten van campagnes van andere organisaties die relevant zijn voor de doelstellingen van Verkeer & Meer; de uitvoering van specifieke (doelgroepen) onderzoeken of effectmetingen in het kader van campagnes.

2. Eisen met betrekking tot de doelstellingen en resultaten

Nr	Eis
2.1	De hoofddoelstelling van de opdracht "Campagnes en communicatie Verkeersveiligheid" is een effectieve campagneaanpak en de bijbehorende communicatiestrategie voor het verkleinen van risicovol gedrag in het verkeer, en het realiseren van een trendbreuk in het groeiend aantal verkeersdoden en zwaargewonden, zoals omschreven in de Regionale Aanpak Verkeersveiligheid 2026-2030. Opdrachtnemer levert een maximale inspanning om via de uitvoering van de opdracht bij te dragen aan het realiseren van deze doelstelling om risicovol gedrag in het verkeer te verkleinen, en de daarmee samenhangende maatschappelijke effecten.
2.2	De campagneaanpak als geheel richt zich op alle verkeersdeelnemers in de Vervoerregio Amsterdam, maar Opdrachtnemer brengt in samenspraak met Opdrachtgever per thema focus aan op (sub)doelgroepen en situaties waar de risico's het grootste zijn en de meeste gedragswinst te behalen is. Opdrachtnemer heeft expertise in huis om hierover gedegen en onderbouwd aanbevelingen te doen.
2.3	De campagneaanpak richt zich in de basis op alle leeftijdsgroepen. Opdrachtnemer verwerkt echter in de campagneaanpak in ieder geval de volgende focusgroepen naar leeftijd: • Kinderen van 0-18 jaar en hun ouders. Ouders spelen een belangrijke rol bij deze leeftijdsgroep als rolmodel en begeleider in het verkeer in het normaliseren van veilig gedrag. • Jonge bestuurders 16-25 jaar. In deze leeftijdsgroep speelt risicovol gedrag en sociale beïnvloeding een grote rol. • Senioren (65+). Deze leeftijdsgroep heeft te maken met toenemende kans op ongevallen met ernstige afloop. Eerste aandachtspunt in deze groep is het terugdringen van ongevallen met de fiets. De Opdrachtnemer houdt in de campagneaanpak rekening met de specifieke actuele thema's, focusgroepen en doelstellingen, zoals bedoeld in paragraaf 1.3.2 van het Beschrijvend Document.
2.4	Opdrachtnemer heeft bij alle gedragsthema's oog voor verschillen tussen mannen en vrouwen. Ten eerste met betrekking tot het vertonen van de specifieke risicogedragingen en het doorgronden van de onderliggende factoren. Ten tweede met betrekking tot de manieren om de doelgroep effectief te bereiken door middel van gedragsbeïnvloedingsmethoden.
2.5	Opdrachtgever formuleert per campagne meetbare doelstellingen op het gebied van bereik, bewustzijn en gedragsverandering, waarbij Opdrachtnemer expertise inbrengt om tot zo optimaal mogelijke doelstellingen te komen die realistisch haalbaar en uitvoerbaar zijn.

2.6	- Opdrachtnemer hanteert een lerende aanpak, en onderbouwde en wetenschappelijke methoden op het gebied van gedragsbeïnvloeding. We hanteren het uitgangspunt dat de boodschap en beeld positief wordt geframed en dat er een handelingsperspectief wordt geboden. Fear appeals worden hierbij niet gebruikt. Opdrachtnemer implementeert vernieuwingen en verbeteringen ten behoeve van het aanbod campagneactiviteiten, onder meer voortvloeiend uit effectmetingen en aanvullende risicoanalyses (eventueel uitgevoerd door Opdrachtgever of derden). - Opdrachtnemer zorgt voor een verdeling van financiële middelen die aansluit bij deze focus, en realiseert een effectieve aanpak om het (ongewenste) gedrag van de doelgroepen in het verkeer te beïnvloeden en zo de verkeersveiligheid te vergroten.
2.7	Het aanbod van campagnes is afgestemd op de lokale omgeving als op de verkeersveiligheid problematiek. Campagneactiviteiten passen bij de inwoners van de gemeenten (tone of voice, beeld, representatie). Opdrachtnemer neemt instructies van de Vervoerregio Amsterdam en/of gemeenten mee in de uitwerking van campagnes en communicatieaanpak. Deze instructies kunnen adviezen of kaders omvatten van interne deskundigen van de Vervoerregio op het gebied van gedragsverandering, communicatie of verkeerskunde.

3. Eisen met betrekking tot de uitvoering

Nr	Eis
3.1	Aan de opzet met basis- en facultatieve activiteiten hangt een bekostigingsmodel vast (zie de concept Raamovereenkomst artikel 7) waarin een basisbudget (70% van de beschikbaar te stellen middelen) beschikbaar is voor de voorbereiding van het jaarplan en de voorbereiding, uitvoering en evaluatie basisactiviteiten, en een ontwikkelbudget (30% van de beschikbaar te stellen middelen) voor de uitvoering van de facultatieve activiteiten. Het kan voorkomen dat facultatieve activiteiten, bijvoorbeeld een nieuwe landelijke campagne, in het eerste jaar onder het facultatieve budget valt, maar dat Verkeer & Meer beslist dat deze structureel onder de basisactiviteiten komt te vallen.
3.2	Het ontwikkelen, voorbereiden, uitvoeren en evalueren van de basis- en facultatieve activiteiten vindt plaats in een jaarlijkse cyclus en vastgelegd in een jaarplan. Per kalenderjaar wordt een integrale Nadere Opdracht verstrekt voor het opstellen van het jaarplan en het voorbereiden, uitvoeren en evalueren van de basisactiviteiten die Opdrachtgever en Opdrachtnemer in het jaarplan hebben opgenomen en vastgesteld. Voor activiteiten binnen het ontwikkelbudget wordt per activiteit door Opdrachtgever aan Opdrachtnemer een Nadere Opdracht verstrekt.
3.3	Het jaarplan voor een nieuw kalenderjaar komt onder begeleiding van Verkeer & Meer tot stand in de volgende stappen (in de periode september t/m december): 1. Evaluatie van lopend jaar; formuleren van algemene conclusies en aanbevelingen ten aanzien van effectiviteit, efficiëntie en kosten van campagnes in het lopende jaar; gezamenlijk Opdrachtgever en -nemer; 2. Opstellen van adviezen ten behoeve van het jaarplan door Opdrachtnemer; 3. Voorbereiding, afstemming en overleg met gemeenten en politie gericht op het voeren van de campagnes; organisatie door Verkeer & Meer, vakinhoudelijke advisering en gespreksvoering door Opdrachtnemer. Hierbij geldt als uitgangspunt dat de opdrachtnemer per gemeente één gesprek organiseert waarbij de Opdrachtgever aanwezig is. Opdrachtnemer plant en organiseert deze gesprekken. 4. Vaststellen uitgangspunten voor het jaarplan door Vervoerregio Amsterdam; uitgangspunten hebben betrekking op: a. de hoogte van totaal jaarbudget, b. de verdeling over basis- en facultatief budget c. de uit te voeren campagnes binnen het basis budget d. de te ontwikkelen campagnes binnen het facultatief budget e. andere uit te voeren activiteiten binnen het facultatief budget 5. Uitwerking van de uitgangspunten, behoeften en wensen in een concept jaarplan, inclusief geprognostiseerde exploitatiebegroting door Opdrachtnemer. Daarbij is Opdrachtnemer vrij zelfstandig verdere contacten met gemeenten aan te gaan. 6. Goedkeuring van het jaarplan door Opdrachtgever.

3.4	In het jaarplan wordt minimaal beschreven: • De aanpak van basis en facultatieve campagneactiviteiten, en beoogde de doelstellingen en resultaten. • De planning van campagne- en communicatieactiviteiten, uitgesplitst per gemeente. • De kostenraming van uit te voeren activiteiten, passend binnen het bekostigingsmodel voor basis- en facultatieve activiteiten. • Een jaarkalender met overlegmomenten. • Duurzaamheidsparagraaf over de mate van duurzaamheid van activiteiten en materialen op campagneniveau • Hierin beschrijft de Opdrachtnemer op welke wijze bij de voorbereiding, uitvoering en evaluatie van de campagne de aangeboden duurzaamheidsmaatregelen uit de Inschrijving worden toegepast. • De wijze van monitoring en evaluatie. Aan te bieden campagnes en communicatieaanpak wordt door Opdrachtnemer uitgewerkt in het jaarplan. Als basis voor het jaarplan dient het meerjarenprogramma Verkeer & Meer. In het jaarplan worden minimaal de volgende activiteiten opgenomen: 1. Massa mediaal a. Outdoorreclame, inclusief gronduitingen (alleen langs en op gemeentelijke wegen) b. Online advertenties, advertenties in gedrukte media, en indien nodig drukwerk. c. Beheer website en social media Verkeer & Meer (niet technisch beheer, maar contentbeheer, en social media beheer) 2. Face-to-face interventie a. Doelgroep bereiken via activiteiten 'op straat' of op de locatie waar de doelgroep effectief te bereiken is. b. Handling of gesprek bijvoorbeeld met campagneteam 3. Ontzorgen gemeenten a. Campagne toolkits voor gemeenten b. Campagne kick-offs
3.5	Voor het eerste jaar, kalenderjaar 2027, geldt als voorbereidingsperiode voor het tot stand brengen van het jaarplan 2027 de periode 1 januari 2027 tot 1 maart 2027. Uitvoering van het jaarplan 2027 vindt plaats vanaf 1 maart 2027.
3.6	Voor de gehele cyclus van voorbereiding van een jaarplan dient Opdrachtnemer rekening te houden met een kosten van maximaal € 30.000 exclusief BTW, ten behoeve van de personele inzet in het voorbereidingsproces. De Vervoerregio Amsterdam acht dergelijke kosten haalbaar en wenselijk. De voorbereidingskosten dienen beperkt te blijven, en niet bovenmatig ten koste te gaan van budget dat voor uitvoering van campagnes bedoeld is.
3.7	Na goedkeuring en opdrachtverstrekking voor het jaarplan draagt Opdrachtnemer zorg voor: 1. Het ontwikkelen van de geplande, nieuwe campagnes inclusief communicatieaanpak. 2. Het nader afstemmen van de uitvoering van de geplande campagnes (bestaand en nieuw) inclusief communicatieaanpak. Aansluitend op de wensen en behoeften in de deelnemende gemeenten, inclusief het adviseren over (lokale) effectiviteit en efficiëntie van de campagnes. 3. Het coördineren en uitvoeren van de geplande campagnes inclusief communicatieaanpak. 4. Het monitoren en evalueren van de effectiviteit van in uitvoering zijnde en/of afgeronde campagnes middels (effect)metingen, het rapporteren aan Opdrachtgever, en het (daar waar mogelijk en haalbaar) bijstellen gedurende de uitvoering. 5. De bewaking van de besteding van middelen binnen de beschikbare budgetten, inclusief advisering naar Opdrachtgever over bijstelling van het jaarplan bij (dreigende) overschrijdingen van budgetten.

3.8	Opdrachtnemer monitort en evalueert alle activiteiten. Over deze activiteiten en de behaalde resultaten informeert Opdrachtnemer Opdrachtgever per campagne en jaarrapportages. Opdrachtnemer relateert metingen aan de doelstellingen van de Raamovereenkomst. Opdrachtnemer laat minimaal door een externe, onafhankelijke partij het volgende meten*: 1. Kwantitatieve data over bereik van de doelgroep van de uitgevoerde activiteiten. 2. Kwalitatieve data over de door de doelgroep ervaren effect van de uitgevoerde activiteiten. 3. Kwalitatieve inzichten over de effectiviteit en schaalbaarheid van de campagnes en communicatieactiviteiten. * punten kunnen worden aangevuld/ gewijzigd in overleg tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer.
3.9	Opdrachtgever en Opdrachtnemer werken gezamenlijk in de implementatiefase de overeengekomen voorwaarden en eisen uit in operationele uitvoeringsafspraken en leggen deze vast.
3.10	De Opdrachtnemer organiseert de face-to-face interventies en kick-offs (zoals genoemd in paragraaf 3.4) verspreid over de veertien gemeenten. Hierbij houdt de Opdrachtnemer rekening met de wensen van de gemeenten en draagt zorg voor een evenwichtige spreiding van deze activiteiten over de deelnemende gemeenten.

4. Eisen met betrekking tot de implementatie, overleg en rapportage

Nr	Eis
4.1	De implementatie van de nieuwe Raamovereenkomst vindt plaats in maand januari 2027. De implementatie loopt deels samen met de voorbereidingsfase van het eerste jaar van uitvoering van de Raamovereenkomst, van 1 januari tot 1 maart 2027. Na aanvang van de Raamovereenkomst voeren Opdrachtgever en Opdrachtnemer in week 1 in 2027 een startgesprek. Tijdens dit startgesprek worden nadere afspraken gemaakt tussen Opdrachtnemer en de Opdrachtgever over de implementatie van de Raamovereenkomst. In het startgesprek wordt minimaal het volgende besproken: • Vaststelling van contactpersonen • Aanpak en overlegmomenten implementatie en voorbereiding • Informatieverstrekking/overdracht huidige situatie Kennismaking met de gemeenten binnen de Vervoerregio en per gemeenten de wensen en de behoeften bespreken. • Informatieverstrekking over financiële en beleidsmatige kaders vanuit Opdrachtgever, en verwachte basis- en facultatieve activiteiten • Totstandkoming van het werkafsprakenboek • Proces van uitwerking van de Inschrijving naar een concept jaarplan voor 2027 • Totstandkoming van exploitatiebegroting inclusief vaststelling van voorschriften vanuit Opdrachtgever • Globale planning uitvoering van activiteiten en campagnes in 2027 per gemeente
4.2	Opdrachtgever en Opdrachtnemer hebben in een vaste jaarlijkse cyclus minimaal de volgende overlegmomenten: <u>Voorbereidingsfase</u> komend jaar (september tot en met december (m.u.v. eerste jaar): • Tussen Opdrachtgever en -nemer: tweewekelijks ten behoeve van voortgang voorbereidingsfase. • Tussen Opdrachtgever, -nemer en gemeenten: eenmaal ten behoeve van ophalen lokale behoeften en wensen (zie ook eis 3.3). • Tussen Opdrachtnemer en gemeente(n): zoveel als Opdrachtnemer en gemeenten wensen: ten behoeve van nadere, lokale afstemming en uitwerking van campagnes en communicatieactiviteiten. <u>Uitvoeringsfase</u> jaarplan (januari tot en met december): • Tussen Opdrachtgever en -nemer: per campagne ten behoeve van voortgang uitvoering jaarplan, aan de hand van de campagne als bedoeld in eis 4.3. <u>Evaluatiefase</u> jaarplan (januari) Tussen Opdrachtgever en -nemer: eenmaal per jaar in januari ten behoeve van de evaluatie van het uitgevoerde jaarplan in voorgaand kalenderjaar, aan de hand van de jaarrapportage als bedoeld in eis 4.4.

4-3	Gedurende de uitvoering van een jaarplan in de periode januari tot en met december, levert Opdrachtnemer binnen 2 weken na afloop van ieder kwartaal een kwartaalrapportage aan Opdrachtgever aan over de voortgang van de uitvoering van het jaarplan. Dit betreft een beknopte schriftelijke weergave van minimaal: 1. De planning en voortgang van campagnes en communicatieactiviteiten per campagne per gemeente. 2. Voortgang besteding budget, gefactureerde kosten, wijzigingen exploitatiebegroting. 3. Indien van toepassing, voortgang van verbetervoorstellen naar aanleiding van evaluaties. 4. Knelpunten in de samenwerking tussen Opdrachtgever, Opdrachtnemer en gemeenten, en voortgang verbetervoorstellen.
4-4	Opdrachtnemer levert binnen ieder jaar na start van de Opdracht een jaarrapportage aan de Vervoerregio waarin wordt teruggeblikt op het voorgaande jaar. In deze rapportages wordt tenminste beschreven: • De behaalde resultaten op basis van het jaarplan; • Een tussenstand van de monitoring en evaluatie van de beoogde resultaten, ofwel de inzichten en resultaten tot dan toe per doelstelling; • Hoe de samenwerking met gemeenten en leveranciers verloopt; • Een financiële rapportage. Een overzicht van de gemaakt kosten.
4-5	Opdrachtnemer heeft een vast aanspreekpunt bij de Vervoerregio Amsterdam. Het aanspreekpunt is iemand die zich bezighoudt met de scope van de uitvoering van de opdracht. De Vervoerregio kan gemakkelijk afstemmen met het eigen aanspreekpunt over de voortgang en uitvoering van de opdracht en indien nodig bijsturen. Het aanspreekpunt is aanwezig bij de overleggen tussen Opdrachtnemer en de Vervoerregio en/of gemeente.

5. Eisen met betrekking tot de communicatie en huisstijl

Nr	Eis
5.1	De Opdracht wordt aangeboden vanuit het bestaande platform Verkeer & Meer. De website, uitingen en de overige communicatiekanalen blijven in bezit van de Vervoerregio Amsterdam maar wordt beheerd door de Opdrachtnemer.
5.2	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor alle communicatie over de deelname aan de campagneactiviteiten en communicatie met de doelgroep en de betrokken gemeenten. In de overleggen na gunning maakt Opdrachtnemer hierover verdere afspraken met de opdrachtgever.
5.3	Opdrachtnemer kan in afstemming met de Vervoerregio Amsterdam de standaardhuisstijl aanpassen. Bijvoorbeeld om de huisstijl meer aan te laten sluiten op de lokale doelgroep en/of de betreffende gemeentelijke huisstijl.
5.4	Voor alle communicatie-uitingen in met betrekking tot verkeersveiligheid gebruikt Opdrachtnemer het beeldmerk van Verkeer & Meer, tenzij daar in overleg met de Vervoerregio anders wordt bepaald. Voor het gebruik van dit logo stemt Opdrachtnemer na de gunning af met de communicatieadviseurs van de Vervoerregio.
5.5	De Opdrachtnemer stemt de ontwikkeling en zending van communicatiemiddelen af met de Opdrachtgever en/of de afdeling verkeerscampagnes van de deelnemende gemeenten.
5.6	Communicatie met betrekking tot deze Opdracht met de pers wordt uitgevoerd door de Vervoerregio Amsterdam, en/of de betreffende gemeente. De inhoudelijke voorbereiding hiervoor neemt Opdrachtnemer zo veel mogelijk voor zijn rekening.
5.7	Alle ontwikkelde communicatiemiddelen en concepten worden zodanig opgeleverd dat deze herbruikbaar zijn binnen de communicatiestructuur en -kanalen van de Vervoerregio Amsterdam, inclusief volledige overdracht van intellectueel eigendom.
5.8	De opdrachtnemer ontwikkelt en realiseert campagnes en communicatie-uitingen die aantoonbaar bijdragen aan de herkenbaarheid en positionering van de Vervoerregio Amsterdam als afzender. Uitgangspunt is dat alle communicatie plaatsvindt binnen de kaders van de communicatiestrategie en merkidentiteit van de Vervoerregio Amsterdam en of Verkeer en Meer. Dit kan per campagne verschillen. Dit betekent onder andere dat: -de Vervoerregio Amsterdam zichtbaar is als primaire afzender van campagnes en communicatie-uitingen; - communicatie-uitingen aansluiten bij de huisstijl, tone of voice en kernboodschappen van de Vervoerregio Amsterdam; - versnippering in (sub)merken en losstaande campagne labels wordt voorkomen, tenzij dit in overleg en met expliciete toestemming van de opdrachtgever plaatsvindt. De opdrachtnemer werkt in de ontwikkeling en uitvoering van campagnes actief samen met team Communicatie van de Vervoerregio Amsterdam, en betreft hen tijdig bij keuzes rondom positionering, middelen en kanaalinzet. De opdrachtnemer beschrijft in het plan van aanpak op welke wijze invulling wordt gegeven aan bovenstaande uitgangspunten en hoe merkconsistentie en afzenderschap gedurende de looptijd van de overeenkomst worden geborgd.
5.9	De opdrachtnemer maakt bij de uitvoering van de opdracht geen gebruik van het socialmediaplatform TikTok of aan TikTok gelieerde applicaties op apparatuur of accounts die worden ingezet voor de uitvoering van de opdracht, tenzij de Vervoerregio Amsterdam hiervoor vooraf schriftelijk toestemming heeft verleend.
5.10	De opdrachtnemer maakt uitsluitend gebruik van AI-toepassingen indien dit in overeenstemming is met de geldende richtlijnen en het beleid van de Vervoerregio Amsterdam. Het is niet toegestaan (vertrouwelijke of anderszins gevoelige) informatie, documenten of persoonsgegevens te verwerken in AI-toepassingen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Vervoerregio Amsterdam.

6. Eisen aan het personeel

Nr	Eis
6.1	Opdrachtnemer garandeert continuïteit en kwaliteit van de uitvoering gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst. Opdrachtnemer spant zich in een projectorganisatie in te richten met zo veel als mogelijk een vaste bezetting van sleutelfunctionarissen en overig in te zetten direct en indirect personeel.
6.2	Tijdens ziekte, verlof en vertrek van medewerkers beschikt Opdrachtnemer over mogelijkheden om medewerkers te vervangen met medewerkers van hetzelfde functieniveau.
6.3	Het gestelde in artikel 24.3 van de Algemene Inkoopvoorwaarden is uitsluitend van toepassing op de sleutelfunctionarissen die Opdrachtnemer inzet binnen de Raamovereenkomst. Voor vervanging van overig in te zetten direct en indirect personeel van Opdrachtnemer, is vooraf geen schriftelijke toestemming van Opdrachtgever nodig.
6.4	Opdrachtgever en Opdrachtnemer maken afspraken over vaste contactpersonen op strategisch, tactisch en operationeel niveau, en leggen deze vast in het werkafsprakenboek.

AKKOORDVERKLARING

Ondergetekende verklaart bovenstaand Programma van Eisen naar waarheid te hebben ingevuld, en volledig en onvoorwaardelijk aan de gestelde eisen te voldoen.

Naam Deelnemer	
Naam rechtsgeldige vertegenwoordiger Deelnemer	
Functie	
Handtekening rechtsgeldige vertegenwoordiger Deelnemer	
Plaats en datum	