

Vragenformulier	
Naam aanbesteding	Marktconsultatie Vormgeving, DTP en Creatieve Uitvoeringsdiensten
Uiterste inleverdatum	7-8-2026

Vragen inzake de aanbestedingsleidraad - algemeen		
Vraagnummer	Vraag	Antwoord
1	Uit de organisatiebeschrijving begrijpen wij dat ROCvA-F bestaat uit meerdere colleges, scholen en centrale diensten. Kunt u toelichten hoe de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van communicatie is georganiseerd? Welke rol vervult de centrale dienst Centrale dienst PR, Marketing & Communicatie en welke rol hebben de afzonderlijke colleges, scholen en diensten bij het initiëren en laten uitvoeren van communicatie-uitingen?	Binnen ROCvA-F is communicatie zowel centraal als decentraal georganiseerd. De centrale dienst PR, Marketing & Communicatie houdt zich bezig met organisatiebrede communicatie en de kaders voor de huisstijl. Daarnaast hebben de verschillende mbo-colleges en diensten hun eigen communicatiebehoefte en contactpersonen. Opdrachten kunnen daardoor vanuit verschillende onderdelen van de organisatie worden verstrekt.
2	Binnen het VOva hebben de verschillende scholen elk hun eigen identiteit. In hoeverre zijn zij onderdeel van deze marktconsultatie?	Het VOva maakt onderdeel uit van onze organisatie, maar valt niet binnen de scope van deze marktconsultatie en de voorgenomen aanbesteding. De opdracht richt zich op het ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland.
3	Welke knelpunten ervaart ROCvA-F in de huidige creatieve dienstverlening? Gaat het vooral om het dienstenaanbod, de samenwerking met bureaus of de interne organisatie van communicatie?	De marktconsultatie komt niet voort uit specifieke knelpunten met de huidige dienstverlening. De huidige overeenkomsten lopen af en dat is voor ons een logisch moment om opnieuw te kijken naar wat we nodig hebben en hoe de markt zich heeft ontwikkeld. We zijn bijvoorbeeld benieuwd of de huidige scope en manier van samenwerken nog passend zijn en welke ontwikkelingen we mee zouden moeten nemen in de nieuwe aanbesteding.
4	Hoe bewaakt ROCvA-F nu de visuele identiteit en huisstijl binnen de colleges, scholen en andere organisatieonderdelen? Welke rol krijgt de toekomstige opdrachtnemer hierin?	ROCvA-F werkt met vaste huisstijlrichtlijnen. Binnen die kaders hebben de verschillende colleges ruimte voor een eigen uitstraling. Het bewaken van de huisstijl blijft een verantwoordelijkheid van ROCvA-F. Van de toekomstige opdrachtnemer verwachten we uiteraard dat deze de huisstijl goed toepast en waar nodig meedenkt. Hoe groot die adviesrol precies wordt, bepalen we later bij het uitwerken van de aanbesteding.
5	De creatieve sector ontwikkelt zich snel. In hoeverre ziet ROCvA-F ruimte om gedurende de contractperiode nieuwe vormen van creatieve dienstverlening toe te voegen, zonder dat deze vooraf volledig zijn omschreven in de overeenkomst?	We willen graag dat de nieuwe overeenkomst voldoende ruimte biedt om mee te bewegen met ontwikkelingen in de markt. Tegelijkertijd moeten we bij de start van de aanbesteding wel duidelijk aangeven wat er onder de opdracht valt. Een van de redenen voor deze marktconsultatie is daarom juist om beter zicht te krijgen op ontwikkelingen die we de komende jaren kunnen verwachten en waar we nu al rekening mee kunnen houden.
6	Beschouwt ROCvA-F de in vraag 7 genoemde voorbeelden (motion, infographics, animaties en digitale publicaties) als mogelijke uitbreiding van de huidige dienstverlening, of worden deze vooral genoemd als illustratie van de ontwikkelingen die u wilt toetsen tijdens deze marktconsultatie?	Deze voorbeelden hebben we vooral genoemd om bij de markt op te halen welke ontwikkelingen relevant zijn. We hebben nog niet besloten dat al deze diensten straks onderdeel worden van de opdracht. De reacties op de marktconsultatie helpen ons om te bepalen wat wel en niet logisch binnen de nieuwe scope past.
7	Overweegt ROCvA-F de opdracht op te splitsen in afzonderlijke percelen, bijvoorbeeld voor strategische en creatieve dienstverlening enerzijds en DTP- en uitvoerende werkzaamheden anderzijds?	Daar hebben we nog geen keuze in gemaakt. Dat is juist een van de onderwerpen waarover we graag de mening van de markt horen. We willen weten of de huidige combinatie van dienstverlening nog logisch is of dat bijvoorbeeld een verdeling in verschillende onderdelen beter aansluit bij de markt.
8	Kan ROCvA-F toelichten in welke mate de toekomstige opdrachtnemer wordt gezien als uitvoerend vormgevingspartner, of dat ook een proactieve adviesrol wordt verwacht op het gebied van creatieve conceptontwikkeling, visuele identiteit en communicatie?	De basis van de opdracht ligt bij vormgeving, opmaak, DTP en aanverwante creatieve werkzaamheden. We vinden het daarnaast belangrijk dat een leverancier binnen opdrachten kan meedenken en adviseren. Hoe ver die adviesrol precies gaat, moeten we nog bepalen. Strategische merkontwikkeling en het bepalen of wijzigen van onze corporate identiteit zien we op dit moment niet als de kern van deze opdracht.
9	In hoeverre worden opdrachten centraal gecoördineerd vanuit de afdeling PR, Marketing & Communicatie en in hoeverre kunnen de verschillende colleges, scholen en organisatieonderdelen zelfstandig opdrachten verstrekken binnen de raamovereenkomst?	Dat gebeurt beide. Naast de centrale dienst PR, Marketing & Communicatie hebben ook de verschillende mbo-colleges en andere organisatieonderdelen hun eigen communicatiebehoefte. Opdrachten kunnen daardoor vanuit verschillende onderdelen van ROCvA-F komen. Voor de nieuwe overeenkomst bekijken we opnieuw hoe we dit het beste kunnen organiseren en hoe we tegelijkertijd zorgen voor goede afspraken en contractsturing.
10	Indien een praktijkcasus, pitch of proefopdracht onderdeel uitmaakt van de aanbestedingsprocedure, is ROCvA-F voornemens hiervoor een passende vergoeding beschikbaar te stellen aan deelnemende inschrijvers?	We hebben nog niet bepaald hoe we de kwaliteit in de aanbesteding gaan beoordelen en dus ook nog niet of we bijvoorbeeld een praktijkcasus, pitch of proefopdracht gaan gebruiken. Als we hiervoor kiezen, kijken we ook naar de inspanning die we van inschrijvers vragen en of een vergoeding daarbij passend is.
11	Kan ROCvA-F toelichten waarom actuele ontwikkelingen, zoals Artificial Intelligence (AI), een belangrijk onderdeel vormen van deze marktconsultatie? Welke inzichten hoopt ROCvA-F hiermee op te halen en hoe verwacht zij deze te benutten bij de voorbereiding van de aanbesteding?	De nieuwe overeenkomst wordt voor meerdere jaren afgesloten. We vinden het daarom belangrijk om nu al te kijken naar ontwikkelingen die de dienstverlening de komende jaren kunnen veranderen. AI is daar duidelijk één van. We zijn vooral benieuwd hoe bureaus AI nu gebruiken, welke ontwikkelingen zij verwachten en hoe zij omgaan met onderwerpen als kwaliteit, auteursrechten, privacy en vertrouwelijkheid. De antwoorden helpen ons om te bepalen of en hoe we hierover afspraken moeten opnemen in de aanbesteding.
12	Kan de ROCvA-F inzicht geven in wat de gewenste uitkomst is voor de latere selectie? Is dat opdrachtgunning aan 1 partij, of een raamcontract voor meerdere partijen?	Ook daar hebben we nog geen definitieve keuze in gemaakt. Op dit moment werken we met meerdere leveranciers. Voor de nieuwe aanbesteding willen we opnieuw bekijken welk aantal leveranciers het beste past bij onze behoefte en bij de markt. De reacties uit deze marktconsultatie nemen we daarin mee.
13	Indien de ROCvA-F kiest voor een raamcontract met meerdere partijen, wat is dan de gewenste manier van werken? Kan ROCvA-F toelichten hoe opdrachten binnen de toekomstige raamovereenkomst worden verdeeld? Wordt hierbij gedacht aan een vaste verdeelsleutel, minicompetities of een combinatie van beide?	Dat moeten we nog bepalen. In de huidige overeenkomst werken we onder andere met minicompetities voor opdrachten boven een bepaalde waarde. We willen nu opnieuw bekijken of dat nog steeds goed werkt of dat er een andere, eenvoudigere manier is om opdrachten te verdelen. We horen daarom ook graag van marktpartijen wat zij hierin een werkbare en transparante aanpak vinden.
14	Wat bedoelt u in deze context met ‘de sector’? Is dat specifiek voor onderwijs, (semi)publieke organisaties of de ontwerpsector in het algemeen?	Daarmee bedoelen we de markt voor creatieve dienstverlening, grafische vormgeving, opmaak en DTP in brede zin. We doelen dus niet specifiek op het onderwijs of de (semi)publieke sector.
15	Kunt u voorbeelden geven van de communicatiebehoefte van de organisatie. Is dat met name intern gericht of ook extern gericht op bijv. werving nieuwe studenten?	Het gaat om zowel interne als externe communicatie. Denk bijvoorbeeld aan brochures, flyers, uitnodigingen, posters, rapportages, infographics en digitale communicatie-uitingen. Campagnes voor de werving van nieuwe studenten vallen niet onder deze opdracht. Wel kunnen er binnen deze opdracht vormgevings- of DTP-werkzaamheden worden uitgevoerd voor communicatie die gericht is op externe doelgroepen.
16	Zijn er richtlijnen voor tekstlengte voor de beantwoording van de vragen. En hoe wilt u de beantwoording van de vragen ontvangen?	Er geldt geen maximale tekstlengte. We vragen deelnemers vooral om de antwoorden zo concreet en bondig mogelijk te houden en waar nodig een korte toelichting te geven. De beantwoording kan worden aangeleverd (via TenderNed). Het is niet nodig om hiervoor een bepaald format te gebruiken, zolang duidelijk is op welke vraag het antwoord betrekking heeft.