



samen
werken aan
talent



Aanbesteding

Vormgeving, DTP+ en uitvoerende diensten

Verslag marktconsultatie

Opgesteld door: Lucille Noten, inkoopadviseur

Kenmerk: 2026EA17

Versie 0.1 | Datum 17 september 2026

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Samenvatting belangrijkste uitkomsten	4
3	Uitkomsten per thema	5
3.1	Markontwikkelingen	5
3.2	Scope van de opdracht	5
3.3	Organisatie van de opdracht en percelen	5
3.4	Samenwerking en opdrachtverdeling	6
3.5	Prijmodel	6
3.6	Kwaliteit en beoordeling	6
3.7	AI en innovatie	7
3.8	Duurzaamheid en toegankelijkheid	7
4	Vervolg: Hoe gebruikt ROCvA-F de ontvangen input?	8
5	Afsluiting	9

1 Inleiding

ROC van Amsterdam-Flevoland (ROCvA-F) bereidt een nieuwe aanbesteding voor vormgeving, DTP+ en creatieve uitvoeringsdiensten. Om een beter beeld te krijgen van de markt en de ontwikkelingen binnen deze dienstverlening, heeft ROCvA-F vooraf een schriftelijke marktconsultatie gehouden.

De marktconsultatie is op 17 juli 2026 gepubliceerd. Marktpartijen konden tot 1 september 2026 om 12.00 uur reageren.

Met de marktconsultatie wilde ROCvA-F toetsen of de beoogde opdracht aansluit bij de huidige markt. Ook is aan marktpartijen gevraagd mee te denken over onderwerpen zoals de scope van de opdracht, de manier van samenwerken, het prijsmodel, de beoordeling van kwaliteit, AI, innovatie en duurzaamheid.

In totaal hebben negen marktpartijen gereageerd. De belangrijkste punten uit deze reacties zijn in dit verslag samengevat.

De reacties zijn geanonimiseerd verwerkt. Aan deelname aan de marktconsultatie en aan de inhoud van dit verslag kunnen geen rechten worden ontleend. Deelname aan de marktconsultatie levert ook geen voor- of nadeel op bij de toekomstige aanbesteding.

2 Samenvatting belangrijkste uitkomsten

De negen reacties geven een goed beeld van hoe de markt op dit moment naar vormgeving en DTP kijkt. De beoogde opdracht sluit op hoofdlijnen aan bij de markt, maar uit de reacties blijkt ook duidelijk dat de dienstverlening verandert. DTP staat steeds minder op zichzelf en wordt vaker gecombineerd met creatieve vormgeving, digitale publicaties, infographics, templates, motion design en andere digitale toepassingen. Ook digitale toegankelijkheid en AI spelen een steeds grotere rol.

De belangrijkste punten uit de marktconsultatie zijn:

- **Scope:** de combinatie van grafische vormgeving, opmaak en DTP wordt door de markt herkend. Wel wordt geadviseerd de opdracht niet te strak af te bakenen, zodat er tijdens de looptijd ruimte blijft voor nieuwe creatieve en digitale toepassingen. Over diensten zoals motion design, animatie en video lopen de meningen uiteen. Strategische merkontwikkeling en volledige campagnes worden door meerdere deelnemers gezien als een ander soort dienstverlening.
- **Integrale opdracht of percelen:** de meeste deelnemers hebben een voorkeur voor één integrale opdracht. Volgens hen zorgt dit voor kortere lijnen, meer samenhang en minder overdrachtsmomenten. Eén deelnemer adviseert juist om creatieve dienstverlening en DTP/productiewerk van elkaar te scheiden.
- **Aantal leveranciers en opdrachtverdeling:** meerdere leveranciers geven meer keuze en kunnen extra capaciteit en specialistische kennis bieden. Daar staat tegenover dat kennis versnipperd kan raken en ROCvA-F meer moet sturen op kwaliteit en huisstijl. Voor kleine en terugkerende opdrachten wordt regelmatig een eenvoudige verdeelmethode genoemd. Minicompetities worden vooral passend gevonden voor grotere of specialistische opdrachten.
- **Prijsmodel:** er is geen duidelijke voorkeur voor één model. Een combinatie van uurtarieven en vaste prijzen per opdracht wordt het meest genoemd.
- **Kwaliteit:** portfolio's, referentieprojecten en een praktijkcasus worden vaak genoemd als goede manieren om kwaliteit te beoordelen. Een presentatie of gesprek kan daar eventueel aan worden toegevoegd. Meerdere deelnemers vinden een uitgebreide onbetaalde proefopdracht minder passend.
- **AI en innovatie:** AI wordt steeds vaker ingezet als hulpmiddel bij onder andere beeldbewerking, eerste creatieve ideeën, repeterende werkzaamheden en kwaliteitscontrole. Menselijke controle blijft volgens de deelnemers belangrijk. Ook worden afspraken over auteursrechten, privacy en vertrouwelijkheid genoemd.
- **Duurzaamheid en toegankelijkheid:** duurzaamheid moet volgens de markt vooral praktisch en proportioneel worden ingevuld. Denk aan minder verspilling, hergebruik van templates, bewuste keuzes rond print en efficiënte werkprocessen. Digitale toegankelijkheid wordt steeds meer gezien als een standaardonderdeel van de dienstverlening.

3 Uitkomsten per thema

3.1 Marktontwikkelingen

De markt voor creatieve vormgeving en DTP verandert snel. Uit de reacties blijkt dat vormgeving, DTP en andere vormen van contentproductie steeds meer in elkaar overlopen. Communicatiemiddelen worden vaker voor meerdere kanalen en in verschillende vormen ontwikkeld.

Deelnemers noemen bijvoorbeeld digitale en interactieve publicaties, motion design, infographics, templates en geautomatiseerde werkprocessen. Ook het bewaken van de huisstijl over verschillende middelen en kanalen wordt belangrijker.

Daarnaast verwachten enkele deelnemers dat organisaties eenvoudig opmaakwerk steeds vaker zelf kunnen uitvoeren met behulp van templates en designsystemen. De rol van het creatieve bureau verschuift dan meer naar creatie, advies, inrichting en kwaliteitsbewaking.

AI wordt door alle deelnemers genoemd als een ontwikkeling die invloed heeft op het werk. Vooral bij repeterende en ondersteunende werkzaamheden wordt verwacht dat AI steeds vaker wordt ingezet.

3.2 Scope van de opdracht

De combinatie van grafische vormgeving, opmaak en DTP past volgens de deelnemers goed bij elkaar.

Naast de meer traditionele DTP-werkzaamheden worden onder andere infographics, digitale publicaties, presentaties, templates, toegankelijke documenten en socialmedia-uitingen genoemd. Ook motion design en animatie komen regelmatig terug.

Niet alle deelnemers vinden dat deze aanvullende diensten standaard onderdeel van de opdracht moeten zijn. Sommige zien ze als logisch onderdeel van moderne creatieve dienstverlening, terwijl andere deelnemers vinden dat specialistische werkzaamheden beter aanvullend of optioneel kunnen worden opgenomen.

Ook wordt meerdere keren geadviseerd om de opdracht niet alleen te beschrijven aan de hand van een vaste lijst producten. Een bredere omschrijving van de dienstverlening geeft meer ruimte om gedurende de looptijd mee te bewegen met nieuwe ontwikkelingen.

Strategische merkontwikkeling en volledige communicatie- of reclamecampagnes worden door meerdere deelnemers niet gezien als onderdeel van deze opdracht.

3.3 Organisatie van de opdracht en percelen

De meeste deelnemers hebben een voorkeur voor één integrale opdracht voor vormgeving, DTP en aanverwante creatieve werkzaamheden.

De belangrijkste reden hiervoor is dat vormgeving en uitvoering in de praktijk sterk met elkaar samenhangen. Wanneer deze werkzaamheden bij één partij liggen, zijn er minder overdrachtsmomenten en blijft kennis van de huisstijl beter behouden. Dit kan volgens deelnemers ook bijdragen aan snelheid en een consistente kwaliteit.

Eén deelnemer adviseert een andere aanpak en stelt voor om creatieve vormgeving en DTP/productiewerk in aparte percelen onder te brengen. De reden hiervoor is dat creatieve ontwikkeling andere kennis en vaardigheden vraagt dan het uitvoeren van repeterend DTP-werk.

3.4 Samenwerking en opdrachtverdeling

Voor een goede samenwerking worden vooral praktische zaken genoemd: vaste contactpersonen, duidelijke briefings, kennis van de organisatie en de huisstijl, heldere communicatie en regelmatig evalueren. Ook goede afspraken over planning, bereikbaarheid en spoed worden belangrijk gevonden.

Over het werken met meerdere leveranciers zijn de reacties gemengd. Het voordeel is dat ROCvA-F kan beschikken over extra capaciteit, verschillende specialismen en meer keuze. Het nadeel is dat kennis en werk over meerdere bureaus worden verdeeld. Dat vraagt meer regie en kan leiden tot verschillen in kwaliteit of toepassing van de huisstijl.

Meerdere deelnemers adviseren daarom om de manier waarop opdrachten worden verdeeld zo eenvoudig en duidelijk mogelijk te houden. Minicompetities worden vooral geschikt gevonden voor grotere of bijzondere opdrachten. Voor kleinere, terugkerende opdrachten wordt vaker een eenvoudige verdeelsystematiek genoemd. Eén deelnemer adviseert één leverancier per perceel en daarmee helemaal geen minicompetities.

3.5 Prijsmodel

Uit de reacties komt geen duidelijke voorkeur naar voren voor één prijsmodel voor alle werkzaamheden. Daarvoor verschillen de opdrachten volgens de deelnemers te veel in omvang en complexiteit.

Een combinatie wordt het vaakst genoemd. Uurtarieven kunnen bijvoorbeeld worden gebruikt als vooraf nog niet goed is in te schatten hoeveel werk nodig is. Voor een duidelijk omschreven opdracht kan vooraf een vaste prijs worden afgesproken.

Ook vaste prijzen voor terugkerende of standaardwerkzaamheden worden genoemd. Strippenkaarten en abonnementsvormen zijn volgens sommige deelnemers bruikbaar, maar vooral als het werk voldoende voorspelbaar en regelmatig is.

3.6 Kwaliteit en beoordeling

Volgens de deelnemers zegt kwaliteit meer dan alleen hoe mooi een eindproduct eruitziet. Ook de manier van werken, samenwerking, kwaliteitsbewaking, flexibiliteit en het begrijpen van de communicatievraag spelen een belangrijke rol.

Voor de beoordeling worden vooral een portfolio, relevante referentieprojecten en een praktijkcasus genoemd. Een presentatie of gesprek kan worden gebruikt om een beter beeld te krijgen van de mensen die de opdracht daadwerkelijk gaan uitvoeren.

Bij een praktijkcasus adviseren deelnemers vooral te kijken naar hoe een bureau de vraag begrijpt, welke keuzes het maakt en hoe deze worden vertaald naar een passende oplossing.

Als belangrijke kwaliteitsaspecten worden onder andere genoemd: creativiteit, visuele kwaliteit, begrip van de doelgroep, toepassing van de huisstijl, samenwerking, technische kwaliteit van DTP, toegankelijkheid, continuïteit en kwaliteitscontrole.

Meerdere deelnemers adviseren om voorzichtig om te gaan met uitgebreide onbetaalde proefopdrachten en de gevraagde inspanning in verhouding te houden tot de omvang van de opdracht.

3.7 AI en innovatie

AI speelt volgens alle deelnemers een steeds grotere rol binnen deze dienstverlening. Het wordt bijvoorbeeld gebruikt voor beeldbewerking, eerste creatieve verkenningen, tekstondersteuning, vertalingen, het maken van verschillende varianten en formaten, repeterend opmaakwerk en kwaliteitscontrole.

Tegelijkertijd zien deelnemers AI vooral als een hulpmiddel. De leverancier blijft verantwoordelijk voor wat uiteindelijk wordt opgeleverd en menselijke controle blijft nodig.

Ook worden aandachtspunten genoemd rondom auteursrechten, privacy, vertrouwelijkheid en transparantie. Zo wordt aangegeven dat vertrouwelijke informatie niet zomaar in openbare AI-systemen mag worden ingevoerd.

Naast AI verwachten deelnemers verdere ontwikkelingen op het gebied van automatisering, slimme templates, designsystemen en geautomatiseerde workflows.

3.8 Duurzaamheid en toegankelijkheid

Duurzaamheid hoeft volgens de deelnemers niet ingewikkeld te worden gemaakt. Veel genoemde voorbeelden zijn digitaal samenwerken, minder onnodig printen, hergebruik van templates en bestaand materiaal, minder correctierondes en het voorkomen van verspilling.

Deelnemers adviseren om duurzaamheid vooral concreet en in verhouding tot de opdracht uit te vragen. Zware certificeringseisen worden door meerdere partijen minder passend gevonden, omdat deze vooral voor kleinere gespecialiseerde bureaus een drempel kunnen vormen.

Digitale toegankelijkheid komt in veel reacties terug. Deelnemers zien dit steeds minder als iets wat pas aan het einde van een opdracht wordt gecontroleerd. Toegankelijkheid moet volgens hen al bij het ontwerp en de opmaak worden meegenomen. Ook inclusieve communicatie en begrijpelijke taal worden daarbij genoemd.

4 Vervolg: Hoe gebruikt ROCvA-F de ontvangen input?

ROCvA-F gebruikt de reacties uit de marktconsultatie bij het verder uitwerken van de aanbesteding.

De input helpt onder andere bij het bepalen van:

- wat precies binnen en buiten de opdracht valt;
- of de opdracht wordt verdeeld in percelen;
- met hoeveel opdrachtnemers ROCvA-F een raamovereenkomst sluit en hoe opdrachten worden verdeeld;
- welk prijsmodel het beste past;
- hoe kwaliteit wordt beoordeeld;
- welke afspraken nodig zijn over samenwerking en contractmanagement;
- hoe onderwerpen zoals digitale toegankelijkheid, duurzaamheid, innovatie en AI in de opdracht worden meegenomen.

Niet alle suggesties uit de marktconsultatie worden automatisch overgenomen. ROCvA-F maakt uiteindelijk zelf de keuzes die het beste passen bij de behoefte van de organisatie en binnen de aanbestedingsrechtelijke kaders.

De definitieve keuzes worden opgenomen in de aanbestedingsstukken.

5 Afsluiting

ROCvA-F bedankt de negen marktpartijen die aan de marktconsultatie hebben deelgenomen. De reacties geven ons bruikbare informatie voor de verdere voorbereiding van de aanbesteding. De aanbesteding Vormgeving, DTP+ en creatieve uitvoeringsdiensten en de bijbehorende aanbestedingsstukken worden later via TenderNed gepubliceerd.

ROC van Amsterdam - Flevoland